

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

ZORAN MILOVANOVIČ
MENTORICA: PRED. LJERKA BIZILJ

»ŽIVI« (KONTAKTNI) PROGRAM RADIA MARIBOR

Diplomsko delo

Ljubljana, 2005

1 UVOD	5
2 RADIO – INTERAKTIVNI MEDIJ	7
3 AKTERJI RADIJSKE KOMUNIKACIJE.....	12
3.1 Radijski govorec.....	13
3.2 Monološki – dialoški govor.....	14
3.3 Radijsko poslušalstvo	15
3.4 Oblike participacije radijskega občinstva	17
3.4.1 Posredna udeležba prek pisem	17
3.4.2 Posredna udeležba prek interneta in klubskih aktivnosti	18
3.4.3 Neposredna udeležba.....	18
3.5 Radijske novinarske zvrsti	18
3.5.1 Žanri pogovorne vrste	19
3.5.2 Žanri reporterske vrste	23
4 RADIO MARIBOR.....	25
4.1 Šest desetletij Radia Maribor	26
4.1.1 Prvo desetletje (1945–1955).....	26
4.1.2 Drugo desetletje (1955–1965).....	26
4.1.3 Tretje desetletje (1965–1975).....	27
4.1.4 Četrto desetletje (1975–1985).....	28
4.1.5 Peto desetletje (1985–1995).....	28
4.1.6 Šesto desetletje (1995–2005)	29
4.2 Regionalno-nacionalno v programu Radia Maribor.....	29
4.3 Programska raznovrstnost Radia Maribor.....	32
4.3.1 Dnevnoinformativne vsebine	33
4.3.2 Gospodarsko-politične vsebine	34
4.3.3 Zunanjepolitične vsebine.....	35
4.3.4 Dokumentarno-feljtonske vsebine.....	35
4.3.5 Kulturno-umetniške vsebine	36
4.3.6 Glasbene vsebine.....	36
4.4 Poslušnost Radia Maribor.....	36
5 ŽIVI »KONTAKTNI« PROGRAM RADIA MARIBOR	42
5.1 Vroči telefon.....	46
5.2 Dobro jutro	47

5.3 Radijska delavnica znancev	50
5.4 Neposredni športni prenos.....	54
6 SKLEP.....	60
7 LITERATURA.....	62
Priloga A: Rekonstrukcija oddaje Dobro jutro z dne 9. 1. 2000	1
Priloga B: Rekonstrukcija oddaje RDZ.....	2
PRILOGA A: Rekonstrukcija oddaje Dobro jutro z dne 9. 1. 2000	
PRILOGA B: Rekonstrukcija oddaje RDZ	

KAZALO SLIK IN TABEL

<i>Slika 3.1:</i> Lasswelov model komuniciranja	12
<i>Slika 3.2:</i> Odzivnost sporočenega pri poslušalcih.....	16
<i>Slika 4.1:</i> Poslušanost programskih blokov – primerjava Radia Maribor in konkurenčnih postaj	39
<i>Slika 4.2:</i> Demografska struktura poslušalcev Radia Maribor – delitev po spolu in starosti	40
<i>Slika 5.1:</i> Oglašanje traja tako dolgo kot športna prireditev.....	55
<i>Slika 5.2:</i> Oglašanje je daljše od dogajanja na športni prireditvi.....	55
<i>Slika 5.3:</i> Dogajanje se spremlja z vmesnim oglašanjem.....	55

1 UVOD

Radio je v primerjavi s tiskom omogočil in ustvaril takšna komunikacijska razmerja, da je poslušalstvo postavil na kraj dogajanja, obenem pa je s poslušalstvom ustvaril neposredni kontakt.

V nalogi bom ugotavljal, v kolikšni meri omogoča kontakt s poslušalci javni radio, še posebno regionalni radio, kot je po svoji definiciji Radio Maribor. Razčlenil bom nekatere poglede teoretikov na (ne)zmožnost dvosmernega komuniciranja v radijskem mediju in opredelil dialog in oblike participiranja poslušalstva v radijskem programu.

Diplomska naloga je torej namenjena tistemu segmentu programa Radia Maribor, ki ga žargonsko imenujemo »živi« program ali kontaktni program oziroma program, ki vzpostavlja dvosmerno komunikacijo med komunikatorjem in recipientom. Kontakt s poslušalci na Radiu Maribor še zdaleč ni omejen le na telefonsko zvezo, marveč ga udejanja široka paleta možnosti, ki jih predstavlja tehnična opremljenost mariborske radijske postaje.

Posebno pozornost bom namenil zvrstem radijskega novinarskega poročanja, ki jih Manca Košir (1988: 31) opredeljuje kot razširjene družine novinarskih vrst, znotraj katerih so sorodne stalne oblike novinarskega poročanja – žanri.

Za kontaktni program Radia Maribor so značilni žanri, ki jih je mogoče uvrstiti bodisi v pogovorno bodisi v reportažno vrsto. V ospredju mojega proučevanja bo kontaktna oddaja kot značilna radijska zvrst, pri tem pa se bom ukvarjal predvsem z dvema oddajama, ki sta postali domala zaščitni znak Radia Maribor: z mozaično oddajo Dobro jutro – s strokovnjaki v studiu, reportersko ekipo na terenu in odprtimi telefonskimi zvezami – in z Radijsko delavnico znancev. Ta se je po dveh letih iz studia preselila na javno prizorišče in postala javna radijska oddaja. To sta bili tipični kontaktni oddaji, z vrsto skupnih žanrskih značilnosti, ki spadajo v pogovorno vrsto, oddajo Dobro jutro pa so dopolnjevali še vestičarski in poročevalski žanri. Ti dve oddaji sta pomembni predvsem kot kontaktni oddaji, torej ker sta vzpostavljali radijsko dvosmernost, med seboj pa sta se razlikovali po temah, krogu poslušalcev in vlogi voditeljev.

S primerjavo programskih shem v obdobju zadnjih treh odgovornih urednikov bom ugotavljal obseg neposrednega, kontaktnega programa in poskušal pojasniti razloge za precejšnje nihanje njegovega deleža v celotnem programu.

Radio Maribor goji kontaktnost tudi z neposrednimi radijskimi prenosi, najbolj s prenosi športnih prireditev.

Neposredni radijski prenosi so kombinacija novinarskih zvrsti – osnovna novinarjeva naloga v njih je, da informira, zaradi nepredvidljivosti dogajanja pa se pogosto znajde tudi v vlogi pojasnjevalca.

Razčlenil bom neposredni prenos nogometne tekme, ki je pomembna stalnica programa Radia Maribor.

Zadnji del diplomske naloge bo namenjen orisu možnosti, ki jih ima Radio Maribor kot regionalni in delno tudi nacionalni medij, možnosti, ki pa niso dovolj izkoriščene, da bi bil program še bolj odprt do poslušalstva. Gre predvsem za nove komunikacijske možnosti in nove programske termine, to je za premalo izkoriščene popoldanske in večerne programske sklope, v katerih Radio Maribor zaradi predvajanja posnetih oddaj vse preveč zlahka prepušča poslušalstvo konkurenčnim radijskim postajam.

2 RADIO – INTERAKTIVNI MEDIJ

»Radio se je že zdavnaj sprijaznil s tem, da ga ceni samo manjšina. Kajpada milijonska manjšina, ki pa bo verjetno še mnogo let ostala pomembna manjšina; celo če radijsko občinstvo ne bi bilo nič številčnejše kot, denimo, ljubitelji kitajske poezije, bi ga še zmeraj ne kazalo zanemarjati,« je sredi petdesetih let menil radijski režiser Donald McWinnie v Radijski umetnosti. (1959: 5)

Radio ima v novem tisočletju, pol stoletja po nastanku tega zapisa, kljub konkurenci javne in komercialne televizije, interneta, mobilne telefonije in zgoščenk še vedno velik pomen. Spremljamo ga lahko povsod. Ne zahteva aktivnega poslušanja, čeprav psihologi ugotavljajo, da je spomin za zvok zelo intenziven. Radio je medij, ki omogoča, da pride sporočilo do poslušalca v obliki informacije v najkrajšem možnem času. (Krišelj 1993/94: 137) Je dostopen, neposreden, splošno uporaben in dovzeten medij, ki lahko v trenutku posreduje informacijo široki množici ljudi, spodbuja domišljijo, radijska besedila se vtisnejo v podzavest. Čeprav je množični medij, nagovarja vsakega posameznika posebej, saj lahko ta spremlja program kjer koli; je individualni medij, medij posameznikove intimne. (Cazeneuve 1976: 29)

Andrew Crisell govori o radiu kot slepem mediju, ki ga sestavljata zvok in tišina. In prav njegova nevidnost oziroma slepota omogoča vsakomur, da si lahko po svoje predstavlja dogodke, zgodbe, napovedovalca. Komunikator in prejemnik, ki se sporazumevata s pomočjo govora in sluha, sta v interakcijskem razmerju. Kolektivno občinstvo kot prejemnik ne vidi pošiljatelja informacij. In prav nevidnost oziroma slepota radia omogoča vsakomur, da si lahko po svoje predstavlja dogodke, zgodbe, napovedovalca. (1994: 45) Prednost radia pred drugima tradicionalnima medijema, tiskom in televizijo, je tudi v tem, da najlažje vzpostavi dvosmerno komunikacijo, informacijsko-komunikacijski sistem, ki omogoča dialog, izmenjavo informacij, usklajevanje različnih mnenj. (Plenković 1993: 156) Zaradi svojih tehničnih lastnosti lahko zagotovi dvojno in dvosmerno pretočnost informacij med komunikatorji in recipienti in obratno.

O tej pretočnosti informacij je že v tridesetih letih 20. stoletja pisal dramatik Berthold Brecht. »Radio ne more biti čisti aparat za distribucijo, radio, ki zgolj dodeljuje ... Radio je treba spremeniti iz distribucijskega aparata v komunikacijskega.« (Brecht 1987: 96)

Reason d'etre Brechtovega koncepta radia je enak konceptu neposredne demokracije. Poslušalec ni le poslušalec, marveč tudi govorec. »Radio bi bil nadvse čudovit komunikacijski aparat javnega življenja, ogromen sistem kanalov, se pravi to bi bil, če bi znal ne le oddajati, temveč tudi sprejemati, torej pripravljati poslušalca ne le k poslušanju, temveč tudi h govorjenju ter ga ne osamiti, temveč ga povezati v razmerje; radio bi se torej moral odreči svojemu dobaviteljstvu in organizirati poslušalce v dobavitelje.« (Brecht 1987: 96)

Brecht se je zavedal, da so v dobi, v kateri je živel, njegove ideje o radiu utopične, a je slutil, da bodo čez čas uresničljive. Postale so zametek sodobnih kontaktnih oddaj. V njegovem času pa vse do osemdesetih let prejšnjega stoletja so bili poslušalci v producentski praksi tujek in obravnavani kot nezreli potrošniki. Etablirani radijci zahtevajo bolj reprezentacijo kot participacijo, pri čemer naj bi oni reprezentirali publiko, ki naj v programih ne bi neposredno sodelovala, meni Magnus Enzesberger (2000: 19) in ugotavlja, da tako komunikator kot recipient uporabljata isti kanal in isti kod – jezik, vendar je prvi praviloma v aktivnem položaju in ni govora o dvogovornem sporočanjškem položaju, kjer bi komunikator in recipient tvorno sodelovala v govorni interakciji – komunikaciji; »feedback« je zreduciran na teoretični minimum.

Enzesberger se naslanja na prakso petdesetih, šestdesetih in celo sedemdesetih let, ko so se radijski novinarji ocenjevali za kulturne ustvarjalce, soudeležba poslušalcev pa je bila nekaj tujega. Edina mogoča oblika so bili koncerti po željah in kvizi, pri čemer pa »nihče ne more odgovornih za radijski program prisiliti, da predvajajo najbolj neumne šlagerje sezone.« (Habermas 1990: 248)

Šele s sprejemanjem angloameriških vzorcev – pogovornih oddaj/talk showov – so se izboljšale možnosti za neposredno sodelovanje poslušalcev, vendar je nova sposobnost radia – interaktivnost – za Enzesbergerja samo navidezna emancipacija, ki se hitro sooči s svojimi mejami, ko je vprašljivo, kaj sporočiti, komu sporočiti, o čem govoriti. (2000: 19) Podobno razmišlja Juergen Habermas v Strukturnih spremembah javnosti (1989), saj zastopa mnenje, da se je z razvojem elektronskih medijev razmišljajoča meščanska javnost preobrazila v psevdo javno kulturno porabništvo. Po njegovem mnenju je udeležba na javnih diskusijah prek elektronskih medijev iluzija: oddaje novih medijev pritegujejo

publiko kot gledalca in poslušalca, jima pa istočasno odtegujejo možnost govoriti in ustvarjati.

Joshua Meyrowitz je manj skeptičen. Elektronski mediji so po njegovem mnenju odlikujejo z »enakostjo.« Možnost vidi v javni diskusiji. Medtem ko tiskano besedo šifrirajo ljudje s posebno izobrazbo, lahko radijsko in televizijsko sporočilo ustvarja vsakdo. Specifičnost elektronskih medijev je v tem, da ustvarjajo novo obliko javnosti, ki je sestavljena iz tradicionalnega in javnega. (Meyrowitz 1985: 67) Te ugotovitve veljajo tudi za naše radijske postaje, saj želijo pridobiti poslušalce, zato postavljajo za potencialno sodelujoče ohlapne kriterije, posledica tega pa je odprta radijska shema. Ker elektronski mediji primarno niso osredotočeni na vsebino, marveč na komunikacijo na nivoju »izraza«, posredujejo informacije, ki so bile prej omejene samo na zasebno interakcijo, in s tem brišejo meje med javnim in zasebnim, to pa občinstvu omogoča dostop do marsikatero življenjske oblike. Meyrowitz poskuša razviti model z izhodiščem na novih medijih, ki oblikujejo nastanek novih socialnih okolij in novo obnašanje. Ugotovil je, da je sprememba komunikacijske strukture tudi sprememba v socialni razslojenosti, ta sprememba pa vodi v postopno transformacijo obstoječega družbenega stanja.

Richard Sunuet poudarja, da postavljajo elektronski mediji v središče zasebno, s tem pa je konec javne kulture. (Sunuet v Matko 2000: 23) Tendence elektronskih medijev po inscenaciji intimnosti, naslovljeni na široko publiko, onemogoča diskurzivno obravnavo kompleksnih vsebin. To povzroča, da prihaja v središče elektronske medijske prezentacije narcisoidna razprava z osebami in motivi, vsebinska vprašanja pa stopijo v ozadje. Rezultat tega je opazovanje samega sebe in razmišljanje o sebi namesto diskusije. To fiksiranje na medijsko inscenirano intimteto zahteva molčečo pasivno publiko, ki ne verjame v lastno sposobnost presoje. (Sunuet v Matko 2001: 23)

Tej negativistični oceni nasprotuje Ulrich Beck (2001: 24), ki trdi, da se politično obarvano ravnanje ne omejuje samo na institucije, marveč se kot »subkultura« širi na doslej nepolitizirana področja vsakdanjega življenja; v tem vidi Beck tendenco širjenja »subpolitike« v javni prostor.

Sociološko proučevanje množičnih medijev postavlja v središče razmišljanja o njihovi liberalizaciji, demokratični komunikaciji, civilni družbi. Ameriški model radia tega ne omogoča – težnja po širokem avditoriju izhaja iz tržne logike, saj kot množični medij proizvaja, prodaja in kupuje medijske izdelke, za to pa potrebuje poslušalstvo. V tem kontekstu dobi stik s poslušalci kot stalna praksa povsem drugačno podobo. Na program komercialnega radia poslušalec nima vpliva, radio pa njega obravnava kot porabnika in ne

kot aktivnega državljana s pravicami in dolžnostmi. Množični mediji so ogledalo družbe in obratno. (McQuail 1976: 12)

Komercialni radio je nastal in se razvil v Združenih državah Amerike, medtem ko se je v Evropi najprej pojavil javni radio, dualni radiodifuzni sistem (soobstoj javnega in komercialnega radia) pa je nastal šele v osemdesetih letih 20. stoletja.

Patronat države je dajal javnemu radiu v Evropi dolgo elitistični položaj¹. A javni radio se tudi sicer pomembno razlikuje od komercialnega radia, saj je zamišljen tako, da opravlja pomembne funkcije informiranja in izobraževanja. Javni radio mora biti dostopen vsem državljanom; zagotavljati mora najrazličnejše izobraževalne vsebine; skrbeti mora za manjšine in deprivilegirane; omogočati mora predstavljanje najrazličnejših idej in interesov; plačilo pristojbine mora biti enako za vse in plačniki morajo biti vsi uporabniki; programi morajo ustrezati vsem okusom in interesom; program mora biti neodvisen od političnih in ekonomskih interesov, biti mora kvaliteten; kot javni servis mora služiti javnosti. (Hrvatini 2002: 11–13)

Tako deklarirana načela poudarjajo pomen vključevanja recipienta v medijski komunikacijski proces, vendar pa tudi javni radio ne more popolnoma ignorirati trga, s tem pa pogosto pristaja na prevlado komunikacijskega modela, ki ga McQuail (1994) imenuje »attention model«. Kot poudarja, je vzbujanje pozornosti v najglobljem bistvu medijev, njihova posebnost, prednost in cilj. Vse ostale komunikacijske naloge v tem modelu so obrobne. Vzbujanje pozornosti s kakršnim koli sporočilom se ujema tudi z empiričnim večinskim pričakovanjem občinstva (zabava, umik iz vsakdanjosti, občutek prisotnosti in udeležbe). Še posebej priročna lastnost koncepta »attention« je merljivost pozornosti. Pri tem praviloma ni pomembna kakovost pozornosti, temveč le število in čas, torej količina.

Kljub temu pa radio kot elektronski medij izkorišča svoje prednosti, ki so povezane z neposrednostjo, goji interaktivnost, širi svojo dvosmernost na številna področja, saj s klici v radijski eter dokazuje, da ima občinstvo, ki je sposobno razumeti in se odzvati na sporočila, ki jih oddaja. (Bizilj 2003/2004: študijsko gradivo)

¹ Tak položaj najbolje ilustrira izjava prvega urednika Johna Reida, ki je posebej poudaril, da se bodo BBC-jevi posebej potrudili predstaviti vse najboljše dosežke z vseh področij družbenega življenja in da bodo dali javnosti tisto, kar mislijo, da ta potrebuje, in ne tega, kar sama hoče, ker tega očitno sama ne ve najbolje. (Keane 1992: 62)

Po Benedictu Andersonu (1998) je radio odločilno vplival na javnost z oblikovanjem zamišljene skupnosti, ki so jo oblikovali poslušalci². Ti so vključili radio in poslušali isti program, isto oddajo ob istem času in se tako nezavedno združili v zamišljeno skupnost, ne da bi vedeli drug za drugega; večinoma se niti ne poznajo in ne srečajo, a v sebi nosijo predstavo o povezanosti v skupnost. Brechtovemu idealu radia kot demokratične stvari, ki naj udejani dvosmerno komunikacijo, se je radio približal s kontaktnimi oddajami, ki so za Levina sfera za soočenje različnih mnenj, tudi med vladanimi in vladajočimi ... in so dostopne vsem, tudi nižjim slojem in manj izobrazanim. (Levin v: Radio Reader 2002: 490–491)

Kontaktne oddaje so tipične radijske zvrsti, ki vplivajo na priljubljenost in prepoznavnost radijske postaje. Po svoji zamisli se približujejo Brechtovim razmišljanjem o radiu: »Po mojem morate poskušati iz radia napraviti dejansko demokratično stvar, se z njim bolj približati dejanskemu dogajanju ter se ne pustiti omejevati samo na reprodukcijo ali poročila. Priti morate na pomembne seje državnega zbora in predvsem tudi na procese. Ker bi to pomenilo velik napredek, bo gotovo prišel niz zakonov, ki bodo poskusili to preprečiti. Obrniti se morate na javnost, da bi odstranili te zakone ... Poleg tega lahko napravite pred mikrofonom namesto mrtvih poročil dejanske intervjuje, pri katerih imajo vprašani manj možnosti za izmišljanje skrbnih laži, kakor si jih izmišljajo za časnike.« (1987: 93) V programu Radia Maribor je to omogočila kontaktna oddaja Dobro jutro, v kateri so sodelovali poslušalci kot prizadeti državljani in kot kompetentne osebe iz javne sfere, pred mikrofonom pa niso imeli ne možnosti ne časa za, kot je zapisal Brecht, izmišljanje laži.

² Jože Vogrinc je v spremni besedi k Andersonovi knjigi Zamišljene skupnosti (1998:182) zapisal, da se je prijela prav izhodiščna ideja knjige o zamišljenih skupnostih: nacije so kot zgodovinsko družbeni pojav odslej mišljene kot zgodovinski rezultati in družbeni produkti komunikacijskih razmerij med ljudmi in njihoveo vsakdanjeo, samoumevneoo uporabeo tiskanih medijev – zlasti časnikov – in skozi njee posredovanih kulturnih oblik – zlasti romanov.

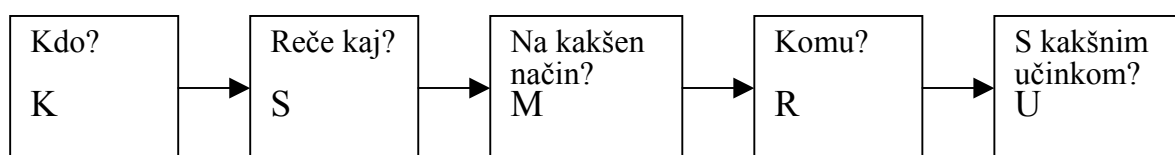
3 AKTERJI RADIJSKE KOMUNIKACIJE

Radio ima dve pomembni značilnosti:

- Kot množični medij ima v primerjavi s posameznim komunikatorjem visok delež izhodnih informacij in sorazmerno majhen delež vhodnih. (Splichal v Pivec 1999: 24)
- Vsa sporočajska dejavnost sledi osnovnemu namenu – zadovoljiti tretjega/poslušalca. (Scanell 1991: 49)

Prav zavedanje »tretjega« je tisti okvir, ki usmerja sleherno radijsko dejanje. Vse, kar je torej spregovorjeno po radiu, je namenjeno posamezniku osebno. Sodobni radio nagovarja poslušalca po bližnjici in ga najpogosteje prestreže na samem: komunikator (govorec, moderator, novinar) zapleta poslušalca v navidezni dialog in ga pritegne na tisto mesto, kjer je v resnici mikrofona. (Gruden 2001: 30) Iluzija intimnega dialoga, imitacija osebnega stika je ena temeljnih značilnosti in velikih prednosti sodobnega radia.

Lasswelov model komuniciranja loči posamezne elemente sporočajskega procesa takole:



Slika 3.1: Lasswelov model komuniciranja

(Vir: Lasswel v: Pivec 2003:19)

K = komunikator, sporočevalec, radijski govorec

S = sporočilo, besedilo

M = medij, posrednik (radijski signal)

R = recipient, sprejemnik, občinstvo, javnost

U = učinki, vplivi, posledice, povratne informacije

Sporočanjski model se v radijskem govoru realizira med:

- radijskim govorcem in pasivnim poslušalstvom,
- radijskim govorcem in aktivnim poslušalcem in med
- radijskimi govorci.

(Pivec 2003: 19)

Po Luhmannu je komunikativni, torej tudi radijski dogodek, sinteza treh selekcij:

- komunikatorjevega izbora tistega, kar namerava sporočiti (izbor vsebine sporočanja),
- komunikatorjevega sporočanja (izbor načina sporočanja),
- recipientovega razumevanja, to je izbora informacij iz komunikatorjevega sporočanja.

Če recipient ne razume sporočila, ne moremo govoriti o komunikaciji, temveč le o ponesrečenem poskusu komunikacije. (Luhmann v Škerlep 1997: 102)

Za radijski medij je pomembna tudi Luhmannova misel o komunikaciji, ki se pojavlja v krožni obliki. V primeru, ko si udeleženci izmenično podajajo vloge komunikatorja in recipienta, se elementarne enote komunikacije spajajo v proces. Trem selekcijam Luhmann dodaja še četrto, nanašajočo se na recipientovo sprejemanje ali zavračanje selekcije, ki jo komunikator posreduje kot sporočeno informacijo. (Luhmann v Škerlep 1997: 102)

Kontaktne oddaje so tista zvrst radijskega novinarstva, s pomočjo katere je mogoče najhitreje ugotoviti, ali recipienti sporočeno sprejemajo ali zavračajo. V tem primeru gre za neposredni način pridobivanja povratne informacije, kar pomeni, da so recipienti pozvani, naj povedo svoje mnenje. Posredni način pa je merjenje poslušnosti; s pomočjo tega je mogoče dobiti elemente za oblikovanje programske sheme.

3.1 Radijski govorec

Radio kot medij je neločljivo povezan z glasom govorca, ki pošilja sporočila.

Ta je tudi v primeru nagovora v namišljenem dialogu z recipientom. V tem imaginarnem dialogu podeli recipient govorcem karakteristike radijske govorne osebnosti. Za dobrega radijskega govorca je pomembna barva glasu, a tudi ostale lastnosti, kot so sposobnost

odziva na povratne informacije, prilagodljivost, iznajdljivost, bogastvo besedišča in njegovo obvladovanje. Zaradi pomanjkanja vizualnih apelov (Erjavec 1999: 23) morajo radijski govorniki posebej paziti na rabo besed oziroma na govorico. Pestrost, raznolikost, razumljivost in verodostojnost so lastnosti dobrega govornika, te lastnosti pa vplivajo tudi na njegovo prepoznavnost. Njegov poglavitni cilj je prenesti določeno vsebino do poslušalca in ga nagovoriti k določenim vrstam odziva. Radijski govornik se v svoje govorno dejanje vključuje tudi kot osebnost, njegov glas je podzavestna simbolizacija njegovih splošnih nagnjenj. (Dragojlovič, 1985: 9) To pomeni, da vsebine prilagaja sebi, svojemu značaju. Od značaja radijskega govornika je v veliki meri odvisno, kako in v kolikšni meri bo insceniral, pripravil poslušalca k odzivu oziroma vzpostavil govorno interakcijo. Poslušalci uporabljajo za radijske govornike oznake, ki se nanašajo na: prvič – barvo glasu in način podajanja, drugič – vsebino povedanega in tretjič – značajske poteze. Glas, dinamika glasu, izgovarjava, besedni zaklad, govorni slog – to so govorne značilnosti, s pomočjo katerih je mogoče spoznati osebnost radijskega govornika. (Dragojlovič 1985: 10)

Sposoben radijski govornik ni samo dober retorik (težišče njegove spretnosti je v glasovno izraženi dejavnosti), marveč mora biti enako spreten v dvogovoru, ki je prvinska oblika človekove dejavnosti, in tudi v intervjuvanskem dvogovoru, ki je namenjen javnosti. (Korošec v Pivec 2003: 47)

3.2 Monološki – dialoški govor

Pogosta sestavina vseh radijskih zvrsti je govor v monološki obliki. Je v več funkcijah, in sicer v funkciji povezovanja programskega loka, obveščanja, komentiranja, ustvarjanja vzdušja, navezovanja stika. Monološko obliko pa je vendarle treba jemati pogojno, saj je vse, kar je spregovorjeno po radiu, namenjeno posamezniku osebno, in tako naj bi bilo tudi povedano, vendar ne patetično, teatralično, vzvišeno.

V radijskem monologu mikrofonsko simbolično poseblja poslušalca; je v nekem smislu popredmeteni poslušalec. »Ko posredujemo informacijo, obvestilo in druge radiofonsko oblikovane reprodukcije, to posredujemo in sprejemamo v specifičnem čustvenem razpoloženju tistega trenutka obeh, torej tistega, ki govor proizvaja, in tistega, ki govor sprejema.« (Krišelj 1993: 94)

Elektronski mediji so reafirmirali dialog in njegove žanre. Čeprav je dialog osnovna oblika sporazumevanja, izključno ljudski pojav, po katerem je človek celo definiran kot »zoon legon ehon«, so do konca sedemdesetih let prevladovali monološke oblike. Takrat so

začele prodirati dialoške, danes zelo pomembna programska sestavina novodobnih radijskih postaj.

Dialog in nasprotja v njem ali v pogovoru več oseb omogočajo razvoj dogajanja, označujejo osebe, pripovedujejo o dogodkih in situacijah zunaj tega dogajanja, učinkovito izražajo vzdušje, čustva in notranja doživetja ter skupaj z drugimi zvočnimi oblikami nadomeščajo vse vidno. Dialog na radiu (in tudi v gledališču) je praviloma bolj stiliziran kot pogovor v vsakdanjiku, je bolj zgoščen v najbolj bistveno in osebe govorijo same iz sebe. (Gruden 2001: 37) Radijski dialogi se lahko iz stiliziranih, zgoščenih oblik (dnevnoinformativne oddaje) transformirajo v bolj vsakdanje, osebnemu pogovoru podobne in bolj ohlapne oblike pri drugih zvrsteh (npr. klepet). Nikoli se ne poistovetijo z osebnim dialogom, saj sta vsak radijski govor in pogovor namenjena javnosti, govorec, še posebej »institucionalni glas«, pa odigrava v radijskem govoru svojo poklicno vlogo. (2001: 37)

Pogovor, intervju, diskusija, debata temeljijo torej na govorni interakciji, medsebojnem delovanju in vplivanju ter menjavanju vlog govorcev. Govorni deli se prepletajo na različne načine, temeljijo pa bolj ali manj na formalnih pravilih, med katera spadajo:

- nagovor in pozdrav (recipročnost),
- uvajalno besedje govorca ob odzivu/feedbacku poslušalca,
- molki, prehodi in vrzeli kot strukturne prvine menjave govorcev,
- simultani govor (ko hkrati govorita vsaj dva sogovornika).

(Pivec 2003:48)

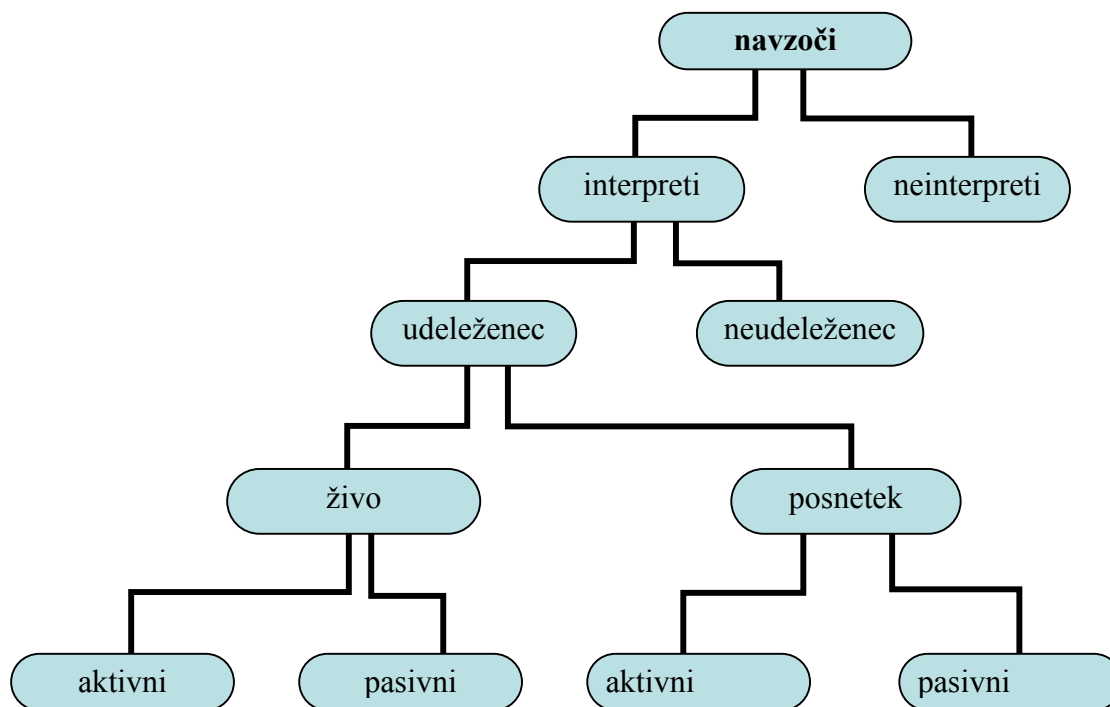
3.3 Radijsko poslušalstvo

Aristotel pravi v Veščini retorike (1989: 5–6), da mora govornik neprestano izmenjavati misli tudi s preprosto, neuko množico, ki razmišlja in sklepa po svoje. Govor ne sme biti predavanje, ker tega niso pripravljene poslušati. Govornik se mora izražati razumljivo, stavke mora oblikovati tako, da bodo glede na slovnične norme in izraze razumljivi tudi sprejemalcu.

Že Aristotel je opozarjal, da je v sporočanjem odnosu govornik–občinstvo najpomembnejše občinstvo.

Natanko to velja tudi za radio; radio je medij, ki je v osnovi namenjen tretjemu – vse vrste komunikacije potekajo zaradi poslušalcev. Poslušalstvo določenega radijskega programa je heterogena, razpršena in anonimna množica. Benedict Anderson (1998) jo imenuje

zamišljena skupnost. Tu gre za skupino posameznikov, ki jim prenos radijskega signala omogoča, da ob istem času na različnih krajih poslušajo istega komunikatorja.



Slika 3.2: Odzivnost sporočenega pri poslušalcih

(Vir: Pivec 2003: 27)

Slika 3.2 ponazarja poslušalce, ki se razlikujejo glede na odzivnost na sporočeno. Analize radijskega poslušalstvo ločijo med aktivnim in pasivnim poslušalstvom. Poslušalec je ob spremljanju zlasti govornega programa lahko miselno prisoten, radijski program ima lahko za zvočno kuliso ali pa je, kar je v tem kontekstu najbolj zanimivo, dejaven, torej slišano sprejme, si ustvari svoje mnenje in se odzove.

V govornem delu radijskega programa se dnevno izmenja 150–200 glasov govorcev. Ob komunikatorjih (napovedovalcih, moderatorjih, novinarjih) so radijski govorniki tudi poslušalci – lahko so udeleženci radijske komunikacije v živo ali s pomočjo posnetka. Neprofesionalni radijski govorniki nastopajo v programu kot intervjuvanci oziroma kot aktivni sogovorniki ali pa o določenem problemu le povedo svoje mnenje, podajo izjavo – v tem primeru so brez možnosti aktivne konfrontacije s profesionalnim radijskim govornikom. John Hartley (1982: 107) uvaja izraza institucionalni in dostopni glasovi/institutional and accessed voices. Institucionalni glasovi (voditelji in bralci novic, dopisniki, reporterji)

poosebljajo novice in imajo na videz status trajne programske prisotnosti, to, kar povedo, pa se zdi kot resničnost sama. Zaradi vtisa večje avtentičnosti pa se v novice ob tem vključujejo tudi dostopni glasovi ljudi, ki ne reprezentirajo radia, pač pa nastopajo v anketah in intervjujih ali dajejo izjave kot strokovnjaki, očitvidci ali »glas ljudstva«. Nihče od dostopnih glasov nima v programu trajnega statusa, novičarska stalnica je le njihova tipizirana funkcija – športnik, sindikalist, kulturnik, politik... Kar povedo dostopni glasovi, je vselej podrejeno in vključeno v širši kontekst novičarske pripovedi, ki jo oblikujejo in dokončno osmislijo institucionalni glasovi, kar so na radiu tisti, ki vzpostavljajo stik s poslušalci.

3.4 Oblike participacije radijskega občinstva

3.4.1 Posredna udeležba prek pisem

Različne študije kažejo, da ni bistvenih razlik med pismi bralcev, pismi poslušalcev in pismi gledalcev. Praviloma se vsa ta pisma nanašajo na konkretne vsebine (oddaje), določene novinarje, ustvarjalce programov, voditelje oddaj ali odgovorne urednike. Znanstvene komunikološke raziskave pisem poslušalcev štejejo med prve empirične študije medijev nasploh. (Cazeneuve, McQuail 1969) Starejše študije to opisujejo kot del kompletnega komunikacijskega procesa, novejše z vidika povratne informacije/ feedbacka. Andreas Hepp ugotavlja, da je socialni status udeleženih poslušalcev glede na ostalo publiko višji, pišoči poslušalci so bolj izobraženi in imajo višji ekonomski status, zato si bolj prisvajajo »razumne« programe, obenem pa v njih tudi sodelujejo. Hepp je na osnovi teh ugotovitev ocenil posredno sodelovanje z razčlenitvijo naslednjih elementov:

- različne oblike udejstvovanja
- motivi udeležbe
- teme poslušalcev
- specifični interesi poslušalcev
- delitev poslušalcev glede na ekonomsko-socialni status in formalno izobrazbo
- odnosi med individualnimi udeleženci programa

(Hepp v Matko 2001: 22)

Logična posledica je, da so aktivnejši poslušalci tistih postaj, ki imajo več kontaktnih oddaj. To je odvisno od programske usmeritve postaje, ta je odvisna od statusa radia (komercialni ali nekomercialni), ta pa pomeni različno razmerje med izobraževalnimi, zabavnimi in informativnimi programi.

3.4.2 Posredna udeležba prek interneta in klubskih aktivnosti

Udeležba prek interneta ponuja nove možnosti sodelovanja. Z razvojem specifičnih internetskih skupnosti so se prek radia začele uveljavljati oddaje klubov potrošnikov. Tovrstne aktivnosti elektronskih skupnosti odražajo današnjo radijsko kulturo. Tako sodelovanje spodbuja razširitev tradicionalne radijske komunikacije še na internet in ima pozitivne učinke na poslušalce. Omrežje omogoča gradnjo časovno in prostorsko neodvisnih komunikacijskih odnosov, obenem pa nastaja nova družbena oblika, ki se reflektira v visoki osebni in intimni stopnji. V tem smislu ima indirektni krog poslušalcev s pomočjo omrežja možnost izmakniti se vplivu nadzora radijskega »pogona« in tudi celotni družbi, ugotavlja Hepp. (2001: 22)

3.4.3 Neposredna udeležba

Neposredne oblike participiranja v radijskem programu so telefonski pogovori in aktivno sodelovanje v programih in javnih radijskih razpravah, na okroglih mizah, pri glasovanju, anketah itd. ter sodelovanje oziroma gostovanje v studiu »v živo« s podobnimi nameni.

3.5 Radijske novinarske zvrsti

V Nastavkih za teorijo novinarskih vrst opredeljuje Koširjeva zvrst kot razširjeno družino novinarskih vrst, znotraj katerih so sorodne stalne oblike novinarskega sporočanja – žanri (1988: 31). Koširjeva definira žanr kot tip novinarskega diskurza, za katerega je značilna stabilna forma, v kateri je upovedana določena snov (predmet), ki je tipsko strukturirana in izražena z zanjo značilnimi jezikovnimi sredstvi. (1988: 90). Pri tem ji je v oporo teorija govornih žanrov filozofa in filologa Mihaila Mihailoviča Bahtina. Bahtin ugotavlja v Problemu govornih žanrov (1999: 245), da se raba jezika uresničuje v obliki posameznih konkretnih (ustnih in pisnih) izjav udeležencev tega ali onega področja človekove dejavnosti. Pri tem poudarja tematsko vsebino, stil in kompozicijsko zgradbo kot tri

dejavnike, ki so neločljivo povezani s celoto izjave in so enako opredeljeni – s specifičnostjo danega področja komunikacije. In še: vsaka izjava je individualna, vendar razvija vsako področje jezikovne rabe svoje relativno stalne tipe takih izjav. Bahtin jih imenuje govorne žanre in razlikuje prvotne (preproste) in drugotne (zložene) govorne žanre.

Za teorijo novinarskega sporočanja je za Koširjevo pomembno Bahtinovo poudarjanje adresiranosti izjave in njegovo razumevanje dialoške narave vsake izjave (torej tudi novinarskega besedila). (1988:28)

»Dejstvo je, da poslušalec, ko sprejme in razumeva (jezikovni) pomen govora, v odnosu do njega hkrati zavzame tudi aktivno pozicijo: z njim se strinja ali ne (v celoti ali delno), ga dopolnjuje, ga uporablja, se pripravlja na izpolnitev (sporočila) in podobno. T odzivna drža poslušalca se oblikuje med celotnim procesom poslušanja in razumevanja vse od začetka, včasih dobesedno od prve govorčeve besede. (...) Vsako razumevanje krije v sebi odgovor in ga v tej ali oni obliki nujno poraja: poslušalec postane govorec (»izmenjava misli«). (Bahtin 1999: 246)

Bahtin pravi, da sta razumevanje in odgovor dialektično povezana in odvisna drug od drugega, enega brez drugega ni. (Bahtin v Košir 1988: 28)

Radijske zvrsti imajo svoj temelj v tiskanih, obstajajo pa tudi posebnosti, ki izhajajo bodisi iz radijskega medija samega bodisi iz nastanka televizije. Bistvena drugačnost radijskih novinarskih vrst, zvrsti in žanrov je v tem, da jih poslušalci slišijo, da jih novinar, voditelj, napovedovalec govori, da v njih »govorijo« tudi predstavniki različnih javnosti in da lahko v radijskih zvrsteh verbalnim znakom dodajamo zvočne, radiofonske elemente. (Bizilj 2003/2004: študijsko gradivo) Bistvena »drugačnost« radija od drugih medijev in pogosto še od televizije je »istočasnost«, kar pomeni, da za radio ni dovolj DANES; za radio velja ZDAJ, to je, da se dogodek in sporočanje odvijata hkrati. (2003/2004: študijsko gradivo)

Govorni program, ki omogoča, da, kot pravi Bahtin (1999: 246) »razumevanje nemudoma dozori z odgovorom«, je v množičnih medijih najlažje uresničiti v kontaktnih programih radia in televizije.

Za kontaktni program Radia Maribor so značilni žanri, ki jih je mogoče uvrstiti bodisi v pogovorno bodisi v reportažno vrsto.

3.5.1 Žanri pogovorne vrste

3.5.1.1 Konverzacija

Pluralizacija medijskega prostora je vplivala na odpiranje medijev, predvsem radia. Novodobne radijske postaje imajo svoj prepoznavni slog, in to ne samo v vrsti glasbe, naglasu govorcev, zvočnih ločilih, marveč tudi v poudarjanju kontakta s poslušalcem, v gojenju »feedbacka«. Odprte telefonske zveze omogočajo pogovore, ki so v pretežni meri namenjeni zabavi, sprostitvi. Grabnar (1991: 152) govori o konverzaciji kot najbolj elementarnem in povsem neorganiziranem dogajanju. Meni, da konverzacija ni le osnova našega življenja, ni samo naša najbolj elementarna vsakdanjost, temveč je v nekem smislu tudi sladkost našega življenja. (1991: 153) Konverzacijo imenuje tudi pogovor, pri tem razlikuje pogovor glede na število udeležencev. Poudarja, da prijazno pogovarjanje in dogovarjanje ljudi sicer privlači, da pa gre pri vsakem sožitju tudi za vprašanje dominacije teh ali onih idej.

Radio ločijo od televizije in tiska zaupna razmerja in možnost najučinkovitejše, neposredne interakcije med radijskim govorcem in recipientom, to pa omogoča konverzacija kot ena ... temeljnih oblik radijskega komuniciranja. Praksa kaže, da namenjajo radijske postaje vse več časa kontaktu, konverzaciji, ki ima značilnosti klepeta med govorcem in poslušalcem in se praviloma izogiba razpravi kot vsebinsko zahtevnejši obliki govornega programa.

3.5.1.2 Intervju

Radio je odkril intervju kot žanr javne komunikacije. Številne definicije intervjuja se v glavnem ujemajo v ugotovitvi, da je to pogovor med oseba/osebami, namenjen javnosti. Medtem ko dobi časopisni intervju obliko zapisa, zapisanega besedila, ima radijski (enako tudi televizijski) samo obliko prvotnega pogovora, ki je kot taka usmerjena k naslovniku/poslušalcu. (Korošec 1998: 245)

Radio goji tako pripravljene kot spontane oziroma neposredne intervjuje. Za našo nalogo so pomembni predvsem slednji. Spontani oziroma neposredni intervjuji nastajajo ob izrednih, nepredvidljivih, neponovljivih dogodkih, pri katerih je poglobitno težišče na aktualnosti. Najpomembnejše sestavine spontanega intervjuja, ki nastane ob nepredvidljivih dogodkih, na katere se zaradi svoje tehnološke mobilnosti najhitreje odzove prav radijski medij, so spontanost, avtentičnost, atmosfera, emocionalni naboj. (Plenkovič 1993: 176)

3.5.1.3 Pogovor

Mnogi avtorji razlikujejo med pogovorom in intervjujem in obravnavajo pogovor kot posebno obliko intervjuja. Oba temeljita na dialogu, razlikujeta pa se v kompetentnosti govorcev: v intervjuju je kompetenten vprašani, v pogovoru oba – spraševalec in vprašani. (Plenkovič 1993: 178) Pogovor je novinarski žanr, ki naslovnika informira o empatičnem dialogu med spraševalcem in vprašanim. (Košir, 1988: 82), pri tem pa je temeljni vzgib dialoga »obrnitev k drugemu«. (Buber 1982: 134)

Tudi pogovori se razlikujejo tematsko in izvedbeno. Plenkovič (1993:179) imenuje spontani pogovor novinarsko dramo, saj prihaja tu do izraza dramatičnost vsakdana. Medtem ko novinar v monoloških in preprostejših dialoških žanrih predvsem poroča o tem, kar je že bilo rečeno, ali samo sprašuje, v spontanem, neposrednem pogovoru s kompetentnim sogovornikom ali sogovorniki oblikuje novo informacijo (1993: 179). Avtorji nove informacije, ki nastaja v procesu pro et contra, so tako spraševalec kot vprašani.

3.5.1.4 Diskusija

Diskusija je običajna in najbolj razširjena zavestno organizirana oblika medsebojnega skupinskega prepričevanja in dogovarjanja. (Grabnar, 1991: 154) Je pogovor, a njeni cilji so drugačni. Od konverzacije se razlikuje predvsem po tem, da je to zavestno, razumsko organizirano dogajanje, podvrženo določenim pravilom, dnevnemu redu, zahtevam časa in prostora. Udeleženci morajo biti enakopravni v vseh pogledih, cilj pa je neka odločitev ali vsaj konsenz. Slavkovič (1981: 245) meni, da sta potek in uspeh diskusije v precejšnji meri odvisna od novinarja kot voditelja, ki mora slediti besedam govorcev in jih spodbujati k dialogu.

Vatovec (1984: 91) ločuje osem oblik diskusije: forum (pritegnitev občinstva in upoštevanje njegovega mnenja), okrogla miza (majhna skupina ljudi, od 3 do 15, ki razpravljajo o problemih skupnega interesa), panel (namesto v krogu se diskusijske skupine posedejo pred občinstvom v polkrogu), simpozij (različni govorniki po določenem

vrstnem redu diskutirajo o izbrani temi), razvojna diskusija (diskusijski govornik odgovarja na vprašanja poslušalcev in jih spodbuja k nadaljnji diskusiji), intervju (njegov namen je poiskati informacijo), problemska diskusija (diskusija za okroglo mizo, ki si je zadala za cilj rešiti določen problem) in oblikovalna diskusija (stopenjsko urejena diskusija, ki na začetku definira problem in na koncu postavi sklep z rokom realizacije).

3.5.1.5 Debata

Debata ali polemika se razlikuje od diskusije, saj slednja v medsebojnem prepričevanju privede do nekega sklepa, medtem ko je debata namenjena bolj prepričevanju poslušalcev kot udeležencev pogovora. (Grabnar 1991: 165) Debata se že vnaprej odpoveduje možnosti skupnega končnega cilja; je neusmiljeno, medsebojno pobijanje nasprotnikov, kjer nihče ni pripravljen popustiti in se nihče ne pusti in se tudi ne more in ne sme pustiti prepričati. Diskutanti odločajo, debaterji pa ne morejo odločati o ničemer; to mora odločiti nekdo tretji. (1991: 165)

V radijski praksi se debate često preoblikujejo v tako imenovane paralelne dialoge, ki so pravzaprav monologi, saj vsak udeleženec govori o svojih pogledih, pri čemer se ne ozira na izrečene poglede drugih, jih niti ne primerja niti z njimi ne polemizira. Tako zastavljena »debata« se spremeni v »eklektični mozaik«, ki pomeni tratenje radijskega programskega časa in poslušalce odvrča od obravnavane teme. (Plenkovič 1993: 182)

3.5.1.6 Kontaktne oddaje

Čeprav si avtorji niso enotni, ali so kontaktne oddaje kot novost zadnjih desetletij poseben žanr, je dejstvo, da so njihova osnova intervju, pogovor, diskusija ali debata. Sestavljene so iz več pogovorov ali intervjujev. Kontaktnost se v radijskem programu udejanja:

A – z oddajami s kraja dogodka ali dogajanja, to pa so oddaje s terena, od koder se novinar oglašja s sogovorniki, in oglašanja s terena, ko se novinar oglasi sam ali s sogovornikom,

B – z oddajami, pri katerih je novinar oziroma moderator v studiu in tam omogoča poslušalcem sodelovanje v oddaji. Ti se vključujejo prek telefona z mnenji ali z vprašanji, na katera odgovarja strokovnjak v studiu. Moderator lahko vključuje tudi pisna vprašanja in mnenja.

Kontaktne oddaje se razlikujejo tudi glede na ciljno skupino recipientov. V njih sodelujejo predstavniki določenih institucij, določene kategorije poslušalcev, povprečni poslušalci.

Razvoj mobilne telefonije vse bolj omogoča realizacijo Brechtove zamisli o radiu kot dvosmerni komunikaciji. Kontaktne oddaje so danes med najbolj poslušanimi radijskimi zvrstmi, v njih pa imajo poslušalci priložnost, da izrazijo svoje mnenje, soočajo mnenja med seboj in z nosilci družbene moči in vpliva.

3.5.2 Žanri reporterske vrste

Neposredni radijski prenos ali improvizirana reportaža

Neposredni prenos je eden najbolj zahtevnih žanrov, vendar je vloga novinarja odvisna od vrste prireditve. Leksikon novinarstva (1979) navaja dve osnovni vlogi:

- novinar je izključni posrednik med dogajanjem in poslušalcem (športna prireditev),
- novinar se pojavlja v vlogi povezovalca poteka dogajanja (svečanost). (1979: 238)

V prvem primeru je vse odvisno od njegovih sposobnosti in iznajdljivosti, v drugem pa kot povezovalec prepušča besedo govorcem na prireditvi.

Za to nalogo je pomembna predvsem vloga športnega novinarja v neposrednem prenosu, to je takrat, ko z radiofonskimi sredstvi posreduje recipientu stvarnost, torej ko radijsko ustvarja dogodek, ki se odvija pred njim in ki ni (povsem) predvidljiv. (Bizilj 2003/2004, študijsko gradivo)

Kako ga poimenovati v radijskem športnem prenosu? Je reporter ali komentator? Gajšek v diplomski nalogi *Neposredni televizijski in radijski prenos* (1999: 20) razlikuje med radijskim govorcem kot reporterjem in televizijskim govorcem kot komentatorjem. Po njegovem mnenju radijski reporter poroča o dogajanju tako, da v govoru čim bolj nazorno in slikovito interpretira dogajanje, da si bodo poslušalci čim lažje ustvarili predstavo o tem, kar se odvija pred reporterjem, medtem ko televizijski komentator pojasnjuje, razlaga, predvideva, oskrbuje gledalca z raznovrstnimi podatki in s svojim komentarjem dopolnjuje sliko, ki je kljub pomembnosti komentatorja še vedno glavni vir informacij o dogajanju. (1999: 20)

Menimo, da ni mogoče povleči tako ostre ločnice, kajti neposredni radijski prenos je težko uvrstiti v eno samo zvrst, često ga je mogoče uvrstiti v vse tri: informativno, izobraževalno in zabavno; žanrsko lahko radijski prenos opredelimo kot »živo«
reportažo ali

improvizirano reportažo, saj novinar spremlja dogajanje, ki ni samo aktualno in avtentično, marveč je nepredvidljivo, pri čemer je pomembno, da spremlja to dogajanje z očmi odsotnega poslušalca in ne prisotnega gledalca. (Leksikon novinarstva 1979: 238). Pri tem pa se radijski reporter ne pojavlja samo v vlogi opisovalca dogajanja, ampak ob tem ustvarja razpoloženje in ga tudi interpretira s komentatorskimi elementi. Za razliko od televizijskega reporterja se mora »pozicionirati« – povedati mora, od kod se oglašča, s tem pa ustvarja iluzijo prostora. S stališča časovnosti je pomembna predvsem tista seznanitev z dogodkom, ki posreduje ubeseditev, se pravi jezikovna dejavnost. Pri tem Korošec (1998: 181) ločuje tri stopnje, ki si lahko sledijo v različnem sosledju: dogodek (D), ubeseditev (U) in sprejem (S). V neposrednem radijskem oglašanju s športne prireditve je značilen sočasen potek dogodka, ubeseditve in sprejema.

Vloga reporterja v neposrednem prenosu je kompleksna. Njegova osnovna naloga je, oddaljenemu poslušalcu posredovati in približati dogajanje. Neodvisno od stopnje zanimivosti in razburljivosti poteka mora pri poslušalcu vzbuditi pozornost za dogajanje in mu nezanimivo prikazati zanimivo, napeto, zabavno. Ali kot je za pisanje scenarijev dejal Chion: »a) ni dovolj, da poročamo o dogodku, ki je sam po sebi osupljiv ..., da bi dobili dramo; treba ga je dramtizirati; b) dogodek, ki je sam po sebi čisto nepomemben, lahko postane zanimiv in privlačen za poslušanje (gledanje) z ustrežno dramaturgijo.« (Chion v Košir 1988: 75)

4 RADIO MARIBOR

Radio Maribor se je prvič oglasil 11. maja 1945. Že nekaj dni pozneje je dobil status relejne postaje in je poleg lastnega programa prenašal še spored Radia Ljubljana. Na pobudo predstavnikov ljubljanskega radia se je še istega meseca vključil v njegov okvir. Organizacijsko je bil najprej obrat Radia Ljubljana, nato organizacijska enota RTV Ljubljana, šele z načrtom Nadaljnji razvoj Radia Maribor, iz leta 1966, je dobil vlogo, kakršno ima z nekaterimi spremembami še danes. Razvijati se je začel kot drugi slovenski produkcijski center za potrebe osrednjih radijskih in televizijskih programov, hkrati pa tudi kot dopisniški center. Od leta 1973 do leta 1991 je deloval kot TOZD v okviru Zavoda RTV Ljubljana, od leta 1996 pa deluje v tem okviru kot del regionalnega RTV centra Maribor.

Okroglo obletnico – 60-letnico – je Radio Maribor dočakal z dvema programoma, s 17-urnim programom v slovenskem jeziku in s 24-urnim v tujih jezikih.

S slovenskim programom se pojavlja v dveh vlogah:

- kot kolektivni dopisnik za potrebe informativnega programa Radia Slovenija in
- kot producent posameznih oddaj in programskih sklopov.

V 60 letih delovanja si je Radio Maribor ustvaril položaj pomembne kulturne institucije v širšem regionalnem okolju, obenem pa izpričuje trdoživost, saj deluje v pluralnem medijsko konkurenčnem prostoru. V severovzhodni Sloveniji deluje namreč večina vseh slovenskih nekomercialnih postaj, ob njih pa še komercialne, ki težijo k statusu mestnega radia, saj poleg komercialne dejavnosti vedno bolj razvijajo tudi lokalnoinformativno funkcijo.

Meritve poslušnosti agencije Mediana kažejo, da je program Radia Maribor najbolj poslušan v jutranjih in zgodnjepoldanskih urah in da prevzemajo pobudo v popoldanskih in večernih urah komercialne postaje.

Radio Maribor ohranja v tako razgibanem in medijsko nasičenem prostoru vsaj tri prednosti: programsko, kadrovsko in tehnično. Je kombinacija klasičnega in fleksibilnega programa, združuje značilnosti programov za pretežno kulisno in izbornu poslušanje, v precejšnjem delu je množično naravnano, v posameznih segmentih je celo ekskluziven.

Diskurzivna umeščenost Radia Maribor se je oblikovala na nekoliko ravneh, bistvene pa so tri:

- zgodovinsko in programsko razmerje do prestolnice in nacionalnega radia,
- razmerje do matičnega družbenega in urbano-ruralnega okolja, v katerem oddaja,
- v novejšem času pa tudi razmerje do drugih radijskih postaj, ki oddajajo na istem slišnem območju.

4.1 Šest desetletij Radia Maribor

4.1.1 Prvo desetletje (1945–1955)

Radio Maribor je začel oddajati 11. maja 1945 iz zasebnega stanovanja, po tednu dni pa se je preselil v prostore na Koroški cesti, kjer je deloval do leta 1985. Dolgoletni direktor Radia Maribor Jože Kušar je v brošuri Radio Maribor 1945–1980 (1980) zapisal, da so ob nastanku najprej posredovali obvestila, odredbe in navodila novih vojaških in civilnih oblasti. Kmalu zatem je radio dobil relejno funkcijo in je prenašal spored Radia Ljubljana, organizacijsko pa je postal njegov obrat. Ta je v svoj osrednji program kmalu začel vključevati tudi mariborske oddaje.

V prvem obdobju delovanja mariborske radijske postaje so vse njene oddaje potekale »v živo«, saj so prvi studijski magnetofon dobili šele leta 1953. (Kušar 1980: 40)

Redni enourni program so začeli oddajati leta 1950, naslednje leto so ga podaljšali na dve uri.

4.1.2 Drugo desetletje (1955–1965)

Vse do leta 1956 se je obseg programa Radia Maribor zaradi pomanjkanja kadrov in slabe tehnične opremljenosti zmanjševal v tolikšni meri, da so razmišljali celo o njegovi ukinitvi. (1980: 15)

Leta 1956 je bil ustanovljen prvi Svet Radia Maribor, leto 1957 pa je pomenilo leto programske preorientacije, saj je program narastel s 35 ur na 50,5 ure mesečno.

Programska shema je ob delavnikih vključevala poročila in objave in vsak dan oddaje z različno vsebino (1980: 15), ob nedeljah je bila oddaja v madžarščini.

V tem letu so skrajšali dopoldanski program in za eno uro podaljšali popoldanskega, oddajo Mariborski feljton pa s sobote prenesli na nedeljo. Ta termin so ohranili do danes.

Tak program je obveljal deset let, v tem obdobju pa se je število novinarjev z dveh zaposlenih v letu 1955 povečalo na pet, zaposlili pa so tudi napovedovalko.

V drugem desetletju delovanja so izboljšali tehnično opremljenost, saj so dobili nove studijske naprave, opremili veliki studio, velika pridobitev za terenska snemanja pa so bili prenosni studijski magnetofon, mešalna miza in reporterski magnetofon Nagra.

4.1.3 Tretje desetletje (1965–1975)

Za Radio Maribor pomembno leto je leto 1966, ko so bile izdelane smernice njegovega nadaljnjega razvoja, ki v marsičem veljajo še danes.

- Radio Maribor naj bi se razvijal kot drugo produkcijsko središče za potrebe osrednjih radijskih in televizijskih programov.
- Postopno naj bi prevzel vlogo vplivanja in posredovanja programov za območje (avstrijske) Koroške v slovenščini in (avstrijske) Štajerske v nemščini.
- Opravljal naj bi tudi dosedanjo funkcijo regionalnega programa. (1980: 18)

V obravnavanem desetletju se je znatno izboljšala tehnična opremljenost – z novimi studijskimi in reporterskimi magnetofoni. Obseg programa je nihal od 750 do 900 ur letno.

Konec leta 1971 so poleg glasbenega ustanovili še šest samostojnih uredništev.

Služba za študij programa pri RTV Ljubljana je leta 1972 ugotovila, da Radio Maribor posluša 16,2 odstotka anketiranih slovenskih poslušalcev, skoraj vsak dan pa 36,6 odstotka. (1980: 25)

Leta 1973 je bil Radio Maribor konstituiran kot TOZD v okviru Zavoda RTV Ljubljana.

38 radijskih delavcev je na začetku sedemdesetih let pripravljalo dnevno v povprečju štiri ure in 35 minut programa. V letu 1973 se je začel uveljavljati kontaktni program, kar pomeni, da so poslušalci dobili priložnost, da so se lahko po telefonu vključevali v posamezne programske sklope.

To leto je pomembno tudi zato, ker so se novinarji precej bolj oglašali v programe Radia Ljubljana.

4.1.4 Četrto desetletje (1975–1985)

Leta 1977 je imel Radio Maribor 1591 ur programa, od tega 40 odstotkov govornega, 60 odstotkov pa glasbenega. Novo reportažno vozilo je novinarjem omogočilo, da so se tega leta oglasili iz 58 krajev severovzhodne Slovenije (1980: 29)

Leta 1978 je skupščina Zavoda RTV Ljubljana sprejela sklep, da se iz povišane naročnine nameni 3 odstotke za gradnjo radijskega doma v Mariboru.

Leta 1979 je imel Radio Maribor že 2151 ur programa, v povprečju 5 ur in 54 minut dnevno, pripravljalo pa ga je 16 novinarjev. Istega leta se je začela samostojna produkcija radijskih iger.

4.1.5 Peto desetletje (1985–1995)

Leto 1985, v katerem je mariborski radio praznoval štiridesetletnico delovanja, je pomemben mejnik, saj so se delavci Radia Maribor preselili v novi dom, opremljen s takrat najsodobnejšo radijsko tehniko.

Novost je bila tudi razširitev rubrike za nemško govoreče turiste v peturni informativno-zabavni program, ki je med tednom potekal dopoldne, ob koncu tedna pa zvečer. Znatno je povečal število ur programa in prav tako tudi delež glasbe. MM2, kot se je imenoval, pa že ob nastanku ni bil sprejet z naklonjenostjo. Zamajal je do tedaj utečene odnose z ožjim in širšim okolje in skalil celo odnose med nacionalnima medijskima hišama Avstrije in Slovenije. Veliko ugovorov doma je bilo na račun nemščine, glas so dvignili tudi študentje, češ da prav ta program onemogoča ustanovitev študentskega radia v Mariboru.

Sprožal je napetosti z nacionalnim radijem, ker je predstavljal konkurenco 2. programu³.

³ Tomažič v knjigi Regionalni center RTV Maribor (2000) navaja izjavo štev 316 Jezikovnega razsodišča iz leta 1987, kjer so med drugim zapisali: »Ponavlja se ničkolikokrat obravnavana zgodba o tem, ko je slovenščina jezik "druge vrste", ki Slovence – pa naj gre za gospodarstvo ali kaj drugega – ovira pri zmagoslavnem pohodu v svet ...« Nasprotovanje mariborskih študentov ker, da bo MM 2 izpodrinil študentski radio, je istega leta v časniku Večer povzela novinarka Dragica Korade. Maribor Modern 2 izpodrinil Radio Študent? Odziv iz Ljubljane najbolje ponazarja izjava direktorja Radia Ljubljana Borisa Dolničarja v časniku Večer: »Nobenih razlogov ni, da bi agonijo programa MM2 nadaljevali ...«

Tujejezični program je nehal oddajati januarja 1988, oglasil pa se je spet pet mesecev kasneje in od takrat oddaja neprekinjeno, danes kot Slovenija International, in to 24 ur na dan.

Leta 1991 je Radio Maribor doživel organizacijsko preobrazbo. »Dosedanji TOZD-i v sestavi DO RTV Ljubljana postanejo s 1. 4. 1991 organizacijske enote Javnega zavoda RTV Slovenija. (...) Radio Maribor je postal ena od osmih organizacijskih enot RTV Slovenija.« (Tomažič 2000: 31)

Istega leta se je začela digitalizacija programa, ta pa je dve leti pozneje doživel še razširitev – oddajanje vsak dan od 5. do 23. ure. Znatno se je povečal govorni program, bilo ga je 3145 ur (leto prej 3045).

Leta 1994 je bil po dveh letih ukinjen televizijski program v okviru Radia Maribor.

4.1.6 Šesto desetletje (1995–2005)

Radio Maribor ima sedanji status od 1. januarja 1996, ko so bili ustanovljeni regionalni centri. Takrat se je prvič formalno združil z mariborskim televizijskim studiem, v Regionalni center Maribor pa sta bila vključena še madžarski radio MMR in TV studio v Lendavi.

V letu 1996 so radijski program v slovenščini skrajšali za dve uri. Vse do danes se program ob delavnikih in sobotah začne ob 5. uri in konča ob 22.00, ob nedeljah se začne dve uri pozneje in se konča ob 22. uri, ob sredah pa pripravljamo še nočni program za Radio Slovenija.

Število ur programa se suče okrog 5600 letno (1997 jih je bilo 5714, leta 2003 5688). Leta 2003 je 2452 ur oziroma 43,3 odstotka odpadlo na informativne programe. Govorni program pripravlja 21 novinarjev.

Tehnološko posodobitev je Radio Maribor doživel leta 1995, ko so začeli uporabljati računalniški sistem za konzervacijo zvoka, imenovan Dalet (Digital Audio).

4.2 Regionalno-nacionalno v programu Radia Maribor

Radio Maribor oddaja program prek dveh UKV-oddajnikov (93,1 MHz na Pohorju in 90,4 MHz na Boču) in enega srednjevalovnega oddajnika (558 MHz) in pokriva celotno območje severovzhodne Slovenije. V tem prostoru deluje še 36 drugih radijskih postaj, ki

živijo pretežno od tržišča, zato so temu ustrezno programsko naravnane. Radio Maribor se napaja iz naročnine, vendar je gmotno odvisen tudi od oglaševanja. Kot del globalnega medijskega trga v po M. Mc Luhanu globalni vasi se ne more izogniti temu, kar po H. Marcuseju (v: McQuail 1976: 24) ustvarja lažne potrebe (zabava, oglaševanje, osebna poraba in informacije). Čeprav deluje v okolju, ki je medijsko nasičen zaradi prisotnosti večine slovenskih nekomercialnih radijskih postaj in velikega števila komercialnih postaj, med katerimi nekatere težijo k statusu mestnega radia, , ohranja vsebine, ki ga postavljajo na posebno mesto:

- pripravlja raznovrstne informativne, kulturne, izobraževalne, razvedrilne in športne oddaje,
- pripravlja kulturno-umetniške oddaje (radijske igre, koncerte klasične glasbe, humor in satiro),
- spremlja večje umetniške projekte,
- organizira in izvaja festivale in javne prireditve,
- uresničuje ustavne pravice madžarske narodnostne skupnosti pri nas,
- spremlja življenje in delo slovenskih narodnostnih skupnosti v zamejstvu,
- snuje program za obveščanje tuje javnosti.

(Vir: Programsko-finančni načrt Radia Maribor 2001)

Radio Maribor je od začetka pomembna regionalna radijska postaja in sestavni del nacionalnega medija. V nacionalnih programih se pojavlja v dveh vlogah:

- kot kolektivni dopisnik za potrebe informativnega programa Radia Slovenija in
- kot producent posameznih oddaj in programskih sklopov.

Razpetost programov Radia Maribor med nacionalno in regionalno ustvarja specifičen programski kolaž, miniaturo Radia Slovenija, saj ima značilnosti vseh treh programov nacionalnega radia. Za Radio Maribor kot sestavni del nacionalne medijske institucije je imperativ večati obseg vsebin v nacionalnih programih in s tem prerasti servisno funkcijo in stalno prispevati k skupni programski količini nacionalnega radia, in to ne samo informativne, marveč tudi umetniške in glasbene vsebine.

Radio Maribor je v letu 2004 pripravil prek sto ur glasbenih oddaj za nacionalni program ARS, vključno z desetimi prenosi klasične in zborovske glasbe; pripravil je osem odmevnih projektov igranega programa; pojavil se je kot koproducent štiridejanke »Pod svobodnim soncem«; sodeloval pri projektu Vstop v EU in začel dveurno mesečno oddajo

o domoljubju. Mariborski radijci pripravljajo dva- do trikrat na mesec kmetijsko oddajo za osrednji program A1, vsak teden oddajo za zamejske Slovence, ob sredah nočni program, občasno Studio ob 17.00 in prispevke za športne oddaje. Vsakodnevno so prisotni v informativnih oddajah. Tako so v letih od 1997 do 2003 pripravili v povprečju 168 ur informativnega programa letno, največ leta 1997 – 184, najmanj leta 2001 – 148, leta 2003 160 ur (Vir: RTV Slovenija).

Karakter nacionalnega v delovanju Radia Maribor ni nekaj samoumevnega, sploh pa sedanji status ni dokončen. Prisotne so namreč težnje po organizacijskih spremembah RTV Slovenija, ki bi zmanjšale pomen regionalnih centrov⁴.

Z vključitvijo v regionalni center pa je Radio Maribor izgubil finančno in tudi siceršnjo samostojnost. Nekaj je je obdržal le z ohranitvijo odgovornega urednika, pa še tu se je ob njegovem izbiranju pokazala organizacijska hierarhija nacionalnega radijskega medija, in sicer ko je centrala z nastavitvijo njej ustrezne kandidatke degradirala politično in programsko voljo programskih delavcev Radia Maribor. S tem je kandidatko postavila v nezavidljiv položaj med »oddaljenim« centrom in notranje odtujenim kolektivom. Programski delavci so ji kasneje izglasovali nezaupnico⁵.

Vprašanje novinarske strokovnosti je še eden od aspektov razmerja med regionalnim in nacionalnim radijskim medijem. Zaradi majhnosti ekipe je kompetentnost didaktičnega poslanstva na regionalni radijski postaji težje doseči, saj se ni mogoče hitro in povsem specializirati za neko tematiko, po drugi strani pa so pogosti primeri, ko so mariborski radijski novinarji dvojno obremenjeni, saj morajo zasnovati po dve verziji novinarskega

⁴ Zadnji poskus ukiniti regionalna centra v Mariboru in Kopru je prinesla prva verzija novega zakona o RTV, ki jo je bilo mogoče prebrati 1. 4. 2005. V četrtem členu je med drugim zapisano, »da javna služba po tem zakonu obsega ustvarjanje, pripravljanje in oddajanje (...) regionalnih vsebin nacionalnih televizijskih in radijskih programov.« Po burnih odzivih in lobiranju sta bila regionalna centra znova eksplicitno vključena v zakon.

⁵ Časnik Večer je 11. 2. 2003 poročal: »Odgovorna urednica Polona Pivec je včeraj dokončno potrdila, da bo odstopila. Odstopno izjavo je že poslala direktorju radijskih programov Andreju Rotu in Janezu Kocjančiču, predsedniku Sveta RTV, ki bo o njeni razrešitvi razpravljaj na četrtkovi seji. (...) Radijski novinarji so že ob predlogu njenega imenovanja za odgovorno urednico, pred slabima dvema letoma, menili, da ni primerna za to funkcijo, kljub ostremu nasprotovanju pa sta jo takrat podprla direktor radijskih programov RTVS Andrej Rot in Svet RTVS«.

prispevka – eno za regionalni dnevnik, drugo za nacionalne informativne oddaje – ali pa se oglašati v »živo« za oddajo enega in drugega medija⁶.

Regionalna in nacionalna razsežnost Radia Maribor se vzpostavlja vsakodnevno – težnja nacionalnega radia je, da regionalni reagira na odmevne dogodke, drugi pa si prizadeva, da se čim več pojavlja v nacionalnih programih, ker nacionalno tudi v medijskem smislu obstaja le skozi stalno ustvarjanje lokalnih identitet in napetosti ter z njimi posledično skozi promoviranje lastne univerzalnosti v razmerju s temi lokalizmi, partikularizmi. (Tester 1992: 177)

4.3 Programska raznovrstnost Radia Maribor

Radio Maribor od svoje ustanovitve naprej poudarja ljudsko kot vir informacij in subjekt nagovora. Odsevanje, osmišljanje in usmerjanje bitja in žitja poslušalstva severovzhodne Slovenije je bilo vselej bolj ali manj osredičeno v programskih shemah, ki so se skozi šest desetletij spreminjale in dopolnjevale. Shema radijskega programa je namreč zrcalo potreb in zahtev, ki jih ima radijski program do poslušalstva kot sestavnega dela družbe in je tudi zrcalo narodove identitete. (Krišelj 1994: 11) Je tudi informacija o gradnji oziroma strukturi radijskega programa, ki pomaga pri odločanju, kateri del radijskega programa bomo poslušali. (1994: 12)

Poslušanost je torej odvisna od programske zasnove. Norma te je čas, zato se program Radia Maribor (in tudi drugih) deli na jutranji, dopoldanski, popoldanski in večerni, vsak pa je vsebinsko drugačen. Meritve zadnjih let kažejo, da so udarni (bolj poslušani) jutranji in zgodnjedopoldanski termini.

Radio Maribor si prizadeva pritegniti vse skupine poslušalcev, ne glede na njihovo izobrazbo, status, starost, stan ali druge vrednote. Iskanje ravnovesja med ljudskim in civilnim ni lahka naloga, radio namreč ne more spontano zajeti celotne civilne družbene sfere, ampak (ne)hote izpušča nekatere stare ali vznikle vsebine. V tem kontekstu kaže spomniti na Bourdieuja (2001: 20), ki trdi, da deluje konkurenca na področju množičnih medijev kot uravnilovka; teme niso vsiljene le TV-gledalcem (radijskim poslušalcem), marveč tudi ustvarjalcem.

⁶ Značilni primeri so prenosi mednarodnih nogometnih tekem Maribora Pivovarne Laško, ko se novinar Radia Maribor izmenjaje oglašuje v programu Radia Maribor in 2. program Radia Slovenija. Za oba programa mora pripraviti tudi poročila z izjavami.

Žanri oziroma oddaje Radia Maribor temeljijo na obče sprejetih spoznanjih, da niso fiksni, to je nespremenljivi. To velja tudi za vse tiste oddaje, ki so se razvile v tradicijo in postale nekak zaščitni znak te postaje – za Mariborski feljton, oddajo Dobro jutro, Radijsko delavnico znancev. Spremenljivost namreč narekuje socialni kontekst iz organizacijskega, komercialnega, političnega ali kulturnega okolja. (Luthar 1992: 34)

Na osnovi regionalnosti, teh spoznanj in iz tega izhajajočih vrednosti (urbano-ruralno) ter priznanja in potreb posameznih družbenih segmentov se struktura oddaj Radia Maribor vzpostavlja in posodablja.

Radio Maribor nagovarja poslušalstvo severovzhodne Slovenije, pri tem pa mora upoštevati raznolikost okolja, ki ga poenostavljeno označujejo značilnosti urbanega in ruralnega. Močnejše kot drugi mediji povezuje tradicijo in modernizem. Vzpostavljanje tega ravnovesja se zrcali v programski shemi. Svojo identiteto, prepoznavnost gradi na naslednjih vsebinah.

4.3.1 Dnevnoinformativne vsebine

Radio je še vedno vodilni medij v posredovanju informacij, in to je temeljna dejavnost tudi mariborske radijske postaje. 21 novinarjev sooblikuje informativne vsebine nacionalnega programa in snuje informativni program lastnega radia. S svojim delom ti novinarji ne samo oblikujejo govorni spored, temveč v veliki meri oblikujejo tudi javno mnenje. Še leta 1979 so v uredništvu informativnega programa pripravili 175 ur informacij, leta 2003 pa že kar 550 ur. Povečanje ilustrira primerjava med informativnim programom v letih 1980 in 2004:

- Leto 1980

Poročila 8.00–8.05

Poročila 14.00–14.10

Dnevnik 17.00–17.25

- Leto 2004 (11. 6.)

Poročila (agencijska)

6.00–6.05

Poročila (lokalna, regionalna)	8.00–8.05
Poročila (agencijska)	9.00–9.05
Poročila (agencijska)	10.00–10.05
Poročila (agencijska)	11.00–11.05
Poročila (lokalna, regionalna, agencijska)	12.00–12.10
Poročila (agencijska)	13.00–13.05
Poročila (lokalna, regionalna)	14.00–14.05
Poročila (agencijska)	15.00–15.05
Dnevnik (osrednja informativna oddaja)	17.00–17.20

Primerjava obdobji kaže na to, da se je s podaljševanjem programa povečeval delež informativnega programa. Najpomembnejša in najobširnejša dnevnoinformativna oddaja je Dnevnik (predhodnik je bila oddaja Novice in zanimivosti). Od leta 1980 ga vodijo novinarji. Dnevnoinformativni program je oblikoval tudi razvejano dopisniško mrežo, sestavni del tega programa pa je tudi nedeljska oddaja za kmečko populacijo. V osemdesetih letih prejšnjega stoletja so to oddajo dopolnjevale javne kmetijske radijske oddaje. V dnevnoinformativni program so vključene tudi športne vsebine, njihovi snovalci pa poleg informativnih oddaj sooblikujejo še posebne športne oddaje – ob ponedeljkih (45 minut), sredo in sobotah (poltretjo uro) ter ob nedeljah (tri ure).

4.3.2 Gospodarsko-politične vsebine

Konec leta 1971 so bila v govornem programu ustanovljena štiri uredništva: uredništvo informativnih oddaj, notranjepolitično in gospodarsko ter uredništvo oddaj v nemščini in kulturno-prosvetnih oddaj. (Tomažič 2000: 41) Pozneje so bila nekatera uredništva ukinjena in pod drugačnim imenom ustanovljena nova. Sčasoma so se razvile oddaje Reportaža dneva ter V sredo dopoldne in V soboto dopoldne; s slednjima se je začel kontaktni program Radia Maribor. Od januarja leta 1978 je bila na sporedu še regionalna oddaja Slovenskobistriška panorama, leto kasneje je nastala oddaja Iz Slovenskih goric. Obe sta bili na sporedu ob sobotah popoldne, kasneje pa so ju združili v Podravski mozaik, kamor so vključili dogodke z območja med Ptujem in Ormožem. Z nastankom novih občin v devetdesetih letih prejšnjega stoletja so Podravski mozaik ukinili.

Leta 1997 je bila v program uvrščena oddaja Poslanska pisarna, namenjena odgovarjanju na vprašanja poslušalcev. Koncipirana kot kontaktna oddaja je bila predvsem priložnost za

poslušalce, saj so bili naslovniki politiki, župani, svetniki, poslanci, tudi predsednika države in vlade. Še odmevnejša je bila oddaja Dobro jutro, namenjena odpravljanju različnih težav poslušalcev, ki je bila uvrščena v program leta 1988, ukinjena pa leta 2002. Namesto nje so danes v program uvrščene servisne informacije.

Od leta 2002 so v dopoldanskem času, med 10. in 11. uro, in v zgodnjepopoludanskem času, med 13. in 15. uro, termini za neposredna oglašanja novinarjev s prizorišča različnih dogodkov.

4.3.3 Zunanjepolitične vsebine

Zametki tega segajo v leto 1967, ko je program vseboval oddajo Koroška nedelja, namenjeno slovenski manjšini na avstrijskem Koroškem in Štajerskem ter v Porabju na Madžarskem. Na sporedu je bila, kot pove že ime, ob nedeljah. V osemdesetih letih jo je zamenjala oddaja Sotočje, ki jo še danes snujejo v mariborskem in koprskem radiu s pomočjo dopisnika iz Pomurja.

S približevanjem Evropski uniji sta nastali oddaji Evropa in kasneje Avstrija, naša soseda.

4.3.4 Dokumentarno-feljtonske vsebine

V dokumentarno-feljtonski program je bilo v preteklosti vključenih veliko oddaj. Nekatere so bile kratkega veka (Jaz pa sem si nekaj zmisлил, Poštni predal 121 ...), mozaična oddaja Mariborski feljton pa je na sporedu že od leta 1956. Še zmeraj je ena večjih uspešnic Radia Maribor, čeprav je oddaja danes konceptualno manj razgibana in kontaktna. V tej nedeljski oddaji, ki se začne ob 12. uri, so zastopani vsi novinarski žanri, od poročevalskih, komentatorskih in reportažnih, do satiričnih in humorističnih. Kaj je pripomoglo k odmevnosti Mariborskega feljtona? »V govornem programu je bila to nedvomno ena prvih sproščenih, kramljajočih oddaj. V njej so nastopali živi ljudje, ki so se smejali in jokali in dostikrat dobili odgovore na marsikatero vprašanje ... Nedvomno pa je za popularnost najbolj zaslužna njegova satirično-humoristična priloga.« (Kušar, 1980: 19)

Od leta 1992 je na sporedu Radia Maribor Radijska delavnica znancev, zamišljena kot poskus vzpostavljanja komunikacije med poslušalcem in radiem. Kot je zapisal avtor oddaje Anton Petelinšek, je v njej anonimni nihče postal nekdo z imenom in priimkom in telefonsko številko. (Tomažič 2000: 50) Radio oziroma voditelj naj bi samo vzpostavil

dialog med poslušalci in jih, ko je oddaja končana, skušal povezati. Radijska delavnica je prerasla studijske okvire in danes deluje kot javna radijska oddaja.

V dokumentarno-feljtonski program spadata tudi nedeljska verska oddaja Iz roda v rod in oddaja Petkovi akvareli, ki je namenjena poglobljeni obravnavi različnih tem.

V okvir dokumentarno-feljtonskega uredništva pa spadajo tudi »generacijske oddaje«: Sestanek starejših, namenjen upokojencem, ki jo ti sami oblikujejo, in ponovno v programu oddaje za najmlajše (Otroški radijski studio), za srednješolce (Adijo, pamet), za študentsko populacijo (Ludvik) in kviz za osnovnošolce (Umko).

4.3.5 Kulturno-umetniške vsebine

Radio Maribor je kot javni medij pomemben za ohranjanje kulturno-umetniške dediščine. Je redni spremljevalec odmevnejših prireditev, kot sta npr. Borštnikovo srečanje in Festival Lent, dragocen je njegov lastni igrani program, katerega težišče so radijske igre, nastale po izvirnih besedilih domačih in tujih avtorjev, pa za radio posebej izvedene in prirejene gledališke predstave ali posnetki, recitali umetniške besede in v novejšem času oddaje za duhovni samorazvoj in ezoteriko Vodnarjev čas.

4.3.6 Glasbene vsebine

Struktura programa Radia Maribor zgovorno kaže na to, da predstavlja njegov osrednji del glasbeni spored. Razmerje govorni–glasbeni program je izrazito v korist glasbe, saj je je v celodnevem programu približno 70 odstotkov. Glasbene oddaje so koncipirane za različne okuse: Top 17 za mlade, Glasbeni radiogram za srednjo generacijo, ob četrtkih zvečer so oddaje za ljubitelje klasične glasbe. Pomembna pa je tudi vloga pri ustvarjanju lastne produkcije in s tem pri bogatitvi slovenske glasbene zakladnice. Arhivske minute lastnega programa dosegajo več deset tisoč ur posnetkov raznih glasbenih sestavov – od zborov, mladih glasbenikov, narodno- zabavnih ansamblov, ljubiteljskih skupin do klasične in zabavne glasbe.

4.4 Poslušanost Radia Maribor

V začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja je bilo v Sloveniji 25 radijskih postaj, po zadnjih podatkih Sveta za radiodifuzijo pa je na območju Slovenije slišnih 76 programov,

od tega 8 nacionalnih, 23 jih ima status lokalne nekomercialne postaje, 2 programa sta namenjena študentom, kar 43 pa jih ima status komercialnega programa.

Uporabniki njihovih storitev se združujejo v občinstvih. Čeprav je pojem občinstva prenesen v kontekst množičnih medijev iz poimenovanja za udeležence kakšne prireditve, pri čemer so ljudje zbrani na enem mestu, je v uporabi tudi v množičnem komuniciranju. Nanaša se na poslušalce (gledalce, bralce) nekega medijskega kanala oziroma določenega tipa programa, vsebine. Velikost občinstva je tudi v naših razmerah vse bolj kazalec tržne vrednosti produkta, to je radijskega programa: tržno zanimiv produkt ustvarja veliko občinstvo (McQuail 1997: 35).

Radijsko občinstvo se od drugih socialnih agregatov loči po tem, da gre za velik skupek oddaljenih posameznikov, ki so drug za drugega anonimni, heterogeni, brez nekih skupnih korenin. Med njimi ni interakcije, združuje pa jih pozornost do skupnega objekta – vsebine radijskega medija.

Lutharjeva v Poetiki in politiki tabloidne kulture (1989) pravi, da se je razumevanje med radiem in občinstvom v svojem razvoju premikalo od ene skrajnosti k drugi – od ideje o vsemogočnem mediju, ki s svojo vsebino neposredno vpliva na poslušalca, do ideje o vsemogočnem občinstvu, ki z medijsko vsebino počne, kar ga je volja. To pomeni, da ima posameznik kot del občinstva možnost avtonomnega odločanja o tem, kaj bo poslušal, kaj bo sprejel in kaj zavrgel, kaj bo verjel in česa ne ... S svobodno voljo lahko sprejme ali zavrne medijsko odvisnost.

Obstaja več vrst občinstva, ki pa se nenehno oblikujejo in preoblikujejo, saj obstajajo interesi, ki so skupni poslušalcem različnih skupin, slojev in razredov.

Analize slovenskih radijskih programov kažejo na to, da se poslušalstvo deli v dve skupini:

- na eni strani so poslušalci, za katere je radijski program v prvi vrsti dnevni spremljevalec in ga potrebujejo predvsem zaradi zabave,
- na drugi strani pa so nekoliko zahtevnejši poslušalci, ki potrebujejo tudi informativne, kulturne in izobraževalne vsebine.

Program Radia Maribor je program nacionalnega pomena z regionalnim statusom (kriterij je območje pokritosti z radijskim signalom), kot takšen pa je eden od programov Javnega zavoda RTV Slovenija. Od nacionalnega programa se zahteva vsebinska pestrost v smislu zadovoljevanja potreb različnih občinstev (informiranje, izobraževanje, kultura, zabava šport), na regionalni ravni pa zadovoljuje potrebe najširšega kroga poslušalcev in ustvarja vsebine, ki so značilne za nacionalne programe Radia Slovenija.

Čeprav ni povsem neodvisen od trga – na trgu mora v ostri konkurenci zbrati tretjino sredstev za delovanje – ohranja status javnega radia, kar pomeni, da cilja na tisto skupino poslušalcev, ki ji radio ni samo dnevni spremljevalec.

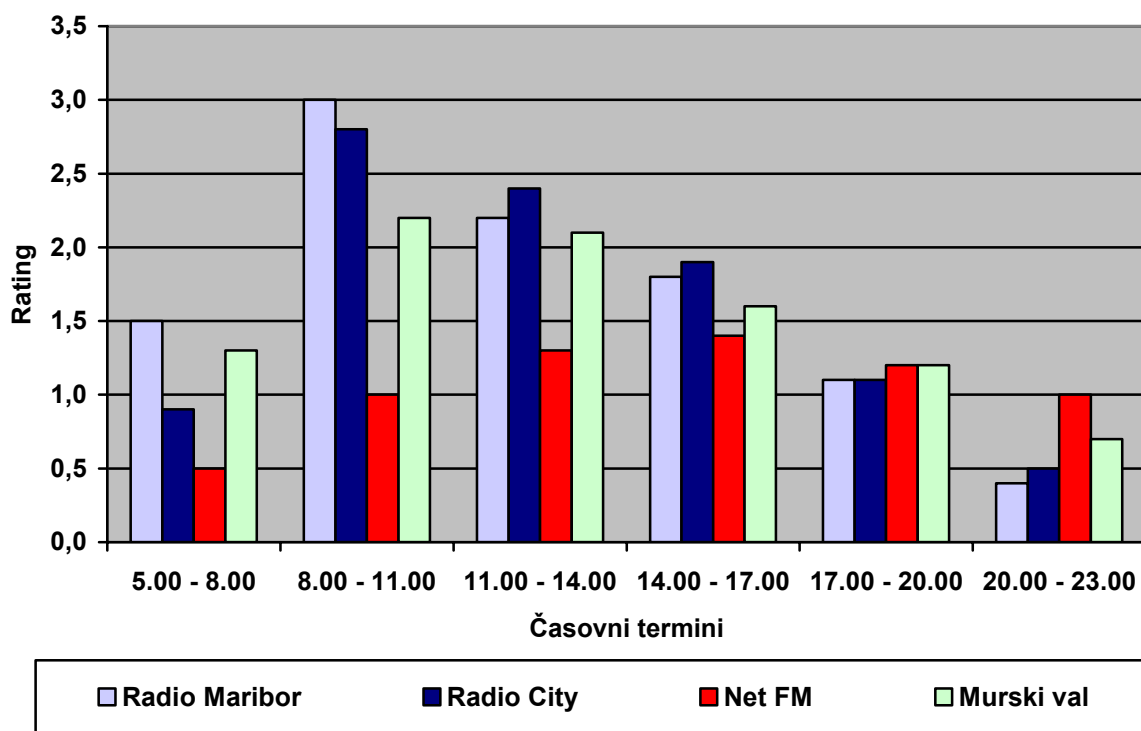
Demokratizacija medijskega prostora v devetdesetih letih je močno vplivala tudi na organiziranost in program Radia Maribor – povečala se je dinamika programa, večja pozornost je posvečena zvočni prepoznavnosti, novinarski in napovedovalski nagovor je bolj sproščen, več je kontaktnih oddaj in večji delež glasbe ...

Kljub temu pa je medijski pluralizem končal obdobje dominacije Radia Maribor v severovzhodni Sloveniji. »Center za raziskave javnega mnenja pri Visoki šoli za politične vede in novinarstvo je v publikaciji Slovensko javno mnenje 69 zabeležil, da je v naši regiji 62,8 % anketirancev odgovorilo, da poslušajo program Radia Maribor, kar je mnogo več kot katero koli drugo radijsko postajo. (...) Severni predeli Slovenije zlasti močno poslušajo lokalno postajo, ker zlasti Radio Maribor predstavlja zanje neke vrste osrednjo postajo, podobno kot Radio Ljubljana za predele okoli Ljubljane in južni del Slovenije. (...) Lahko sklepamo, da imamo v Sloveniji pravzaprav opravka z dvema radiodifuznima središčema, Ljubljano in Mariborom, in da lokalne radijske postaje zelo izdatno dopolnjujejo ti dve središči.« (Kušar 1980: 24).

V tridesetih letih se področje oddajanja Radia Maribor ni bistveno spremenilo, so pa s sprostitvijo medijskega trga in pridobitvijo novih frekvenc ta prostor zapolnile številne radijske postaje, ki imajo nacionalni, regionalni ali komercialni status. Danes je na območju severovzhodne Slovenije, ki ga Radio Maribor tradicionalno pokriva, slišnih prek 40 radijskih postaj.

Primerjava poslušanosti Radia Maribor in konkurenčnih radijskih postaj – lokalnih komercialnih Radia City in Radia Net FM ter regionalne radijske postaje posebnega pomena Murski val – kaže glede poslušanosti po programskih blokov zanimivo podobo (slika 4.1):

Poslušanost programskih blokov - primerjava Radia Maribor in konkurenčnih postaj

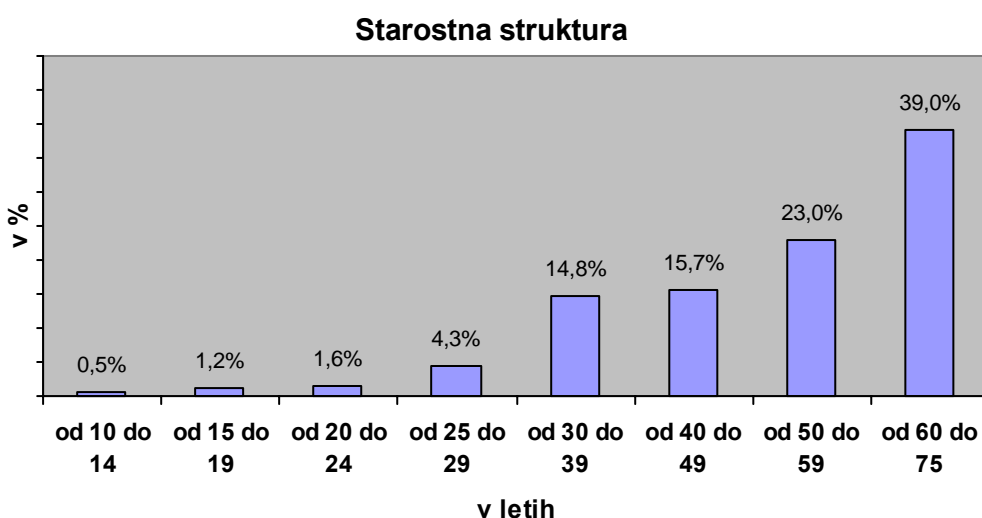
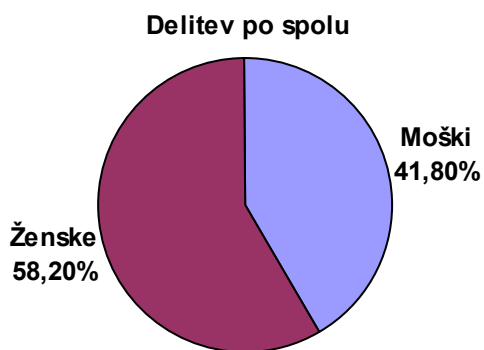


Slika 4.1: Poslušanost programskih blokov – primerjava Radia Maribor in konkurenčnih postaj

(Vir: Media pool, Radiometrija 1. polletje 2004)

Radio Maribor ostaja vodilna radijska postaja v terminih med 5. in 8. uro in nato med 8. in 11. uro. V tem delu programa je največ servisnih informacij in kontaktnih oddaj. Po 11. uri izgublja poslušalce na račun komercialnih postaj, zvečer tudi na račun televizijskih programov.

Demografska struktura poslušalcev Radia Maribor je vse od pojava komercialnih radijskih postaj ostala približno taka, kot kaže grafa na sliki 4.2:



Slika 4.2: Demografska struktura poslušalcev Radia Maribor – delitev po spolu in starosti

(Vir: Media pool, Radiometrija 1. polletje 2004)

Skoraj 60 odstotkov poslušalstva Radia Maribor predstavljajo ženske, najbolj pa ga poslušajo starejša populacija. Razlogi za to tičijo v njegovi nepripravljenosti na prodor novih zasebnih komercialnih postaj, ki so mu odvzele mlajše poslušalstvo. Še tisti mali odstotek teh poslušalcev pa je mariborska radijska postaja izgubila z nespametno politiko, ko je sredi devetdesetih let ukinila oddaje za mlajše: Otroški radijski studio, Mladinsko oddajo in oddajo Študij in glasba (z novim odgovornim urednikom so bile te oddaje ponovno uvedene), poleg tega pa je prepočasno posodabljala program in njegov glasbeni del. Poslušalstvo Radia Maribor tvorijo danes predvsem starejši (kar 39 odstotkov jih je starih nad 60 let), manj izobraženi (največ, prav tako 39 odstotkov, jih ima končano srednjo

šolo), zaposleni (43 odstotkov), toda z razmeroma nizkimi dohodki (prevladujoča – s 33 odstotki – je skupina, ki ima dohodek med 51.000 in 100.000 tolarjev), med gospodinjstvi prevladujejo taka s štirim ali več člani (49,6 odstotka). Podatki, povzeti po Mediapoolovi Radiometriji, zimskem poročilu 2003, kažejo na to, da Radio Maribor ohranja značilnosti družinskega radia in da s svojimi temami nagovarja predvsem podeželsko prebivalstvo. Meritve poslušnosti v prvem polletju 2004 kažejo, da je pridobil pri poslušnosti v jutranjem in dopoldanskem času, in tako v tem času znova prevzel vodilno vlogo, z vidika trženja programov pa ni veliko pridobil. Radio Maribor ostaja del tradicije tega okolja, je vsakodnevni spremljevalec družin in starejših, in to že več desetletij.

5 ŽIVI »KONTAKTNI« PROGRAM RADIA MARIBOR

Radio Maribor v svojem šestdesetletnem delovanju odseva poleg vsega, kar zadeva razvoj radijskega medija, tudi stopnje odpiranja in približevanja poslušalstvu ter večanje možnosti, da se to odzove na sporočeno. Na začetku je bil, kot smo že povedali, predvsem glasnik dekretov in novic civilnih in vojaških oblasti. Ker ni bilo magnetofonov, je program potekal v »živo«: pevski zbori, solisti, govorniki in igralci so nastopali neposredno pred mikrofonom. Novo obdobje se je začelo s prvim magnetofonom, leta 1951, na katerega so snemali govor. Šele prvi tračni magnetofon, nabavljen leta 1953, je omogočil snemanje govornih in glasbenih oddaj.

Sodelovanja poslušalcev v programu ni bilo, kar pa je bilo nasploh značilnost prvih desetletij radijskega medija. Poslušalci so bili odmaknjeni, pasivni sprejemalci radijskih »proizvodov« in ne, kot je razmišljal Berthold Brecht, da bi morali biti poslušalci tudi govorci.

Liberalizacija v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja, demokratizacija, odpiranje države, decentralizacija in policentrizem ter tehnološki razvoj so se na specifičen način odrazili tudi v programu Radia Maribor. Z večjo samostojnostjo in podaljševanjem časa oddajanja ter pod vplivom 2. programa Radia Ljubljana – Vala 202 – se je začelo razmišljati o poslušalstvu, različnih oblikah sodelovanja z njim ter povratnem učinkovanju.

Pri tem je bila postopnost širjenja programske kontaktnosti povezana:

- s privabljanjem in neposrednim angažiranjem čim večjega števila poslušalcev,
- z ustvarjanjem širokega spektra mnenj in informacij za presojo in zavzemanje stališč in
- z ustvarjanjem in utrjevanjem ugleda soustvarjalcev⁷.

Sčasoma so se razvile različne oblike kontaktnih oddaj. Nekatere so bile servisne, saj so na vprašanja voditelja in poslušalcev odgovarjali strokovnjaki. Često so bili akterji novinar in strokovnjaki v studiu, v nekaterih so se vključevali še poslušalci, predvsem v lahkotnejših oddajah je komunikacija tekla med voditeljem v studiu in poslušalci.

⁷ V pogovoru za Radio Maribor (8. 4. 2005) je mariborski župan iz sedemdesetih let prejšnjega stoletja Mirko Žlender povedal, da se je z vodstvom Radia Maribor dogovoril o sodelovanju v posebni oddaji. Kot župan naj bi iz studia odgovorjal na vprašanja občanov. Po nekaj oddajah so jo ukinili, ker je partija menila, da se gre populista.

Najstarejša in najuglednejša oddaja mariborskega radia, Mariborski feljton, ki je na programu neprekinjeno od leta 1956, je bila pionirska kontaktna oddaja, precej let edina možnost za poslušalčev »feedback«. Žanrsko je bila zelo raznolika, saj je vključevala žanre reportažne, komentatorske in portretne vrste, v še večji meri kot stik s poslušalci pa je gojila neposrednost oglašanja novinarjev s prizorišča dogajanja.

V sedemdesetih letih prejšnjega stoletja je širjenje možnosti vključevanja poslušalcev v program precej poganjala ideološka parola o podružbljanju informiranja.

»Prek radia se lahko vzpostavi tista vrsta direktne tribune, direktne informacije, ki realno in ne samo deklarativno, resnično zadeva državljana, realno odpira perspektivo možnosti njegovega direktnega izkoriščanja kot dostopne tribune«. (Kušar, 1980: 51)

Takšni »dostopni tribuni« v programu Radia Maribor sta postali ponedeljkova in četrtekova kontaktna oddaja Pokličite 101 555 o zelo različnih temah, povezanih z lokalnim okoljem, vendar tu poslušalci niso mogli direktno v program, temveč prek »zanke«, z osemminutnim zamikom, da bi se v studiu izognili neprijetnim vprašanjem in kvantom. Na sporedu sta bili ob 18. uri. Zanko so ukinili v osemdesetih letih.

Nove kontaktne oddaje Vroči telefon, Dobro jutro in Radijska delavnica znancev so ponudile poslušalcem nove možnosti sodelovanja in celo soustvarjanja programskih sklopov. Predvsem zadnji dve sta bili zasnovani na predpostavki o pomenu spodbujanja upoštevanja mnenja tistih, ki sicer ne pridejo do besede. Kajti, kot meni teoretik alternativnega radia Harald Hahn, je prepričanje, da zasedajo najpomembnejše položaje najsposobnejši, že dolgo vprašljivo. (2001: 35)

Pierre Bourdieu opozarja na še eno plat, ki pomembno vpliva na (ne)odzivanje poslušalcev, to pa je mogoče zaznati tudi pri odzivnosti na programsko ponudbo Radia Maribor. »Na eni strani imate profesionalne moderatorje, profesionalne govornike, na drugi amaterje. Če hočemo, da bi nekomu, ki ni profesionalni govornik, uspelo nekaj povedati (neredko pa ravno takrat pove nekaj čisto izrednega, nekaj, kar ljudem, ki imajo neprestano možnost govoriti, sploh ne bi moglo priti na misel), mu je treba pomagati, da bi izrazil svoje misli.« (2000: 30)

Obstoj možnosti za odziv je prvi korak k temu, čeprav je bilo v kontaktnih oddajah Radia Maribor mogoče zaznati bolj ali manj stalen krog poslušalcev, ki so vzdrževali dvosmerno komunikacijo, pri čemer je šlo bolj za identifikacijo z medijem, voditeljem, kot pa da bi imeli kaj tehtnega povedati. Radio Maribor je imel pravi unikum med tovrstnimi oddajami – Radijsko delavnico znancev, kjer se je moderator umaknil v ozadje in je dvosmerna komunikacija potekala med poslušalci. O tem bo govor podrobneje v naslednjem poglavju.

Na splošno pa »kontakt« tudi v primeru Radia Maribor vendarle vzdržujejo usposobljeni govorci in strokovnjaki, množica pa vstopa v medij nepripravljena. Vendar to še zdaleč ni krivda medija. Ob zadregi, kaj povedati, se poraja nova zadrega, kako se izraziti, kako povedati. Odpiranje medija za povratno informacijo zadene ob čeri psiholoških in izobrazbenih »manjkov«. Tudi v primeru Radia Maribor je mogoče pritegniti Juergenu Habermasu (v Škerlep 1997: 269), da je v javnosti mogoče srečati več različnih akterjev. Habermas loči med civilnodružbenimi akterji, ki vstopajo v javnost iz »publike«, in predstavniki institucij, ki vstopajo v javnost »pred publiko«.

Ponedeljkova in četrtekova kontaktna oddaja Pokličite 101 555 sta bili oddaji, v katerih so civilnodružbeni akterji in predstavniki institucij nastopali z novinarjem v studiu, v njihov pogovor pa so se po telefonu vključevali poslušalci in jim s svojim sodelovanjem – po Habermasu – podeljevali ali odtegovali verodostojnost.

V sedanji programski shemi (priloga) teh dveh oddaj ni več, vsebinsko sta jima nekoliko podobni Radijski klub, ob ponedeljkih popoldne, in Uradne ure, ob sredah dopoldne. Oddajo Dobro jutro so ukinili leta 2002, Radijska delavnica znancev pa se je sčasoma preoblikovala v javno radijsko oddajo. Stika s poslušalci v programu Radia Maribor ni manj, kot ga je bilo v osemdesetih in devetdesetih letih prejšnjega stoletja, a se ga največ ohranja v obliki lahkotnejšega kramljanja v glasbenih oddajah in plačanih servisnih oddajah. Sicer pa prevladujejo posnete oddaje, v dopoldanskem času oglašanja s terena in športni prenosi, ko so odmevnejše športne prireditve.

Vzroki za opisano stanje so hipotetično lahko naslednji:

- menjava vodstva – Vsak odgovorni urednik si (je) prizadeva(l) uveljaviti svoje programske zamisli. Načelo kontaktnosti kot eno pomembnih načel ni dosledno uresničeno.
- odsotnost karizmatičnih radijskih voditeljev – Novinarja s karizmo, mnenjska voditelja in medijska zvezdnika sta bila voditelja kontaktne oddaje Dobro jutro – Jože Jagodnik in Breda Čepe. Po Jagodnikovi izvolitvi za poslanca je Čepetova uspešno vodila oddajo sedem let. Ker ni imela ustreznega naslednika, so oddajo ukinili. Oddaja ni bila timski, marveč avtorski projekt, težo sta ji dajala oba voditelja. Tudi oddaja Radijska delavnica znancev je bila avtorski projekt, projekt Antona Petelinška.
- profesionalizacija novinarskega kadra – 21-članski novinarski kolektiv je pretežno zaposlen z informativnim programom. Oddaje, ki jih novinarji občasno

pripravljajo, so tematsko specializirane, večji del posnete, redkeje potekajo »v živo«, še redkeje z možnostjo sodelovanja poslušalcev.

- počasno spletno odpiranje – Elektronska pošta, SMS-sporočila ... kot nova možnost udejanjanja kontaktnosti je šele v povojih in ga je zaslediti samo v glasbeni oddaji Top 17, v Pravnem kotičku in v mladinski oddaji Adijo, pamet.
- starostna struktura novinarskega kadra – Povprečna starost je blizu 40 let, inovativnost, fleksibilnost tudi kreativnost so podrejeni profesionalni rutini.

Za programsko strukturo Radia Maribor je sicer mogoče dejati, da sloni na relativno odprti shemi, kar pomeni, da je dovolj fleksibilna za poročanje o izrednih dogodkih. Temelji pa so vseeno stalnice, od informativnih oddaj vsako uro z osrednjo dnevnoinformativno oddajo ob 17.00, reklamnih sklopov do tematsko obarvanih oddaj posamezne dni v tednu.

Programska shema je razdeljena na tri časovne dele.

Pas Dobro jutro z Radiem Maribor, vsak delavnik od 5. do 9. ure, vključuje poročila in servisne informacije.

Drugi sklop – Dober dan z Radiem Maribor – med 9. in 18. uro, vsebuje dopoldanske reklamne pasove in tematske oddaje, ki so bodisi posnetek (športno obarvani Tretji polčas ob ponedeljkih, kulturno-izobraževalna oddaja Zbrano, zapisano, prebrano ob torkih) bodisi so pogovori v studiu (sredine Govorilne ure, petkov Dober dan z Bredo Čepe) ali javna radijska oddaja (Radijska delavnica znancev ob četrkih). Popoldanski programski pas od 13. do 15. ure je namenjen oglašanju s terena in regionalnemu dogajanju.

Tretji sklop – večerni program, imenovan Dober večer z Radiem Maribor, traja od 18. do 22. ure. Samo ob ponedeljkih med 18. in 19. uro je oddaja Radijski klub, ki je občasno koncipirana kot kontaktna oddaja. Ob torkih, sredah in četrkih so v tej uri glasbene oddaje, v katerih nastopajo gostje in občasno tudi poslušalci, ob petkih sta izmenjaje na sporedu posneti mladinska in študentska oddaja.

Ob sobotah se z izjemo jutranjega programa in večernega športnega vrstijo posnete oddaje, podobna je tudi nedeljska shema, z nekaterimi izjemami – ob nedeljskih popoldnevih so občasno športni prenosi, večerna glasbena oddaja pa goji stik s poslušalci v obliki lahkotnejšega klepeta.

5.1 Vroči telefon

Pionirska kontaktna oddaja Radia Maribor je bila mozaična oddaja Mariborski feljton, ki je neprekinjeno na sporedu, ob nedeljah, od leta 1956. Šele z njo so poslušalci dobili priložnost, da se pojavijo v »etru«. Na velik odmev so naletele vse javne oddaje Mariborski feljton in vsi Mariborski feljtoni »v živo«, ki so jih pripravljali novinarji na različnih prizoriščih. Javni feljtoni so bili predvsem ob pomembnejših jubilejih oziroma obletnicah, medtem ko so bili tako imenovani »živi« mnogo bolj pogosti. Take oddaje so bile oddajane iz številnih delovnih organizacij, rekreacijskih središč, kulturnih ustanov in od drugod, v njih pa so sodelovali številni občani, kar je oddajo še dodatno popestrilo (Habjanič 1981:109). Javne feljtone so kot sogovorniki sooblikovali vidni posamezniki, poslušalci pa manj, saj so imeli to možnost samo občasno, pred volitvami, ko so kandidati odgovarjali na njihova vprašanja. Poslušalcem je bila odrejena vloga spraševalcev, ne interpretov kot dejavnega poslušalstva. Pozneje, v drugih oddajah, je bila dodatna ovira 8-sekundna zanka, ki je preprečevala, da bi se v programu znašla neprijetna vprašanja.

Najpogostejša oblika neposredne povezave radijskega govorca in poslušalca je bila »odprti« telefon, pri čemer je bil govorec v studiu, poslušalec pa je bil z njim povezan po telefonu. V takšnem primeru se je bilo treba najprej dogovoriti o temi pogovora. Največkrat jo je predlagal novinar, poslušalec pa je bil postavljen pred dejstvo⁸.

Poslušalci torej niso imeli veliko izbire. Že vnaprej so bili obveščeni, da voditelja zanima neke vrste glasovanje. Na voljo bodo imeli nekaj časa za premislek, ob njihovem oglašanju pa je zanimivo njihovo mnenje, odločitev.

Referenca je bila vzpostavljena enostransko, od poslušalcev se je pričakovalo, da sprejmejo vsebino in pogoje pogovora. Odprti telefon ni vzpostavil polnokrvnega dialoga ne v primeru Mariborskega feljtona ne v primeru Vročega telefona. V prvem primeru poslušalec samo sprašuje, v drugem sicer odgovarja, a samo o dogovorjenem, saj se mora držati teme. Novinar je v obeh primerih usmerjevalec, ne sogovornik. Pogoji za komunikacijsko dejanje pa so kljub temu vzpostavljeni.

V primeru Vročega telefona se komunikacijsko dejanje pojavlja v krožni obliki, kar pomeni, da si udeleženci izmenično podajajo vloge komunikatorja in recipienta,

⁸ Kot ilustracijo omenimo eno od tipičnih vprašanj v oddaji Vroči telefon: »Naslednjih 10, 15 minut se bomo pogovarjali o usodi Trdinovega vrha. Sprašujemo vas, kakšno je vaše mnenje. Ga dati Hrvaški ali ne? Zakaj da, zakaj ne?« (Radio Maribor, Vroči telefon, april 2003)

elementarne enote se spajajo v proces (Škerlep 1997: 101). Izrazitejše je to v kontaktnih oddajah, a tudi v primeru »odprtega telefona« ima poslušalec možnost, da z moderatorjem zamenja vlogo, seveda ob upoštevanju pravil, ki jih narekuje moderator.

Na Radiu Maribor so že zgodaj ugotovili, da so telefonske oddaje s sodelovanjem poslušalcev pomemben del programa, pri tem pa so izhajali iz naslednjega:

- radio ne sme postati enosmerna cesta od radia do poslušalstva,
- sodelovanje poslušalcev pri oblikovanju programa radio približa ljudem,
- prispevki poslušalcev povečujejo povezanost med njimi in programom.

Oddaje s telefonskim sodelovanjem poslušalcev so imele vselej (in imajo še vedno) dober odmev. Vroči telefon je bil oddaja, v kateri so imeli poslušalci možnost izrekanja predvsem o žgočih političnih vprašanjih. Konverzacije ni bilo, več je je v drugih oddajah, ki imajo bolj sproščeno vsebino, saj pomeni konverzacija predvsem lahkoten klepet, v katerem se udeleženci hote izogibajo diskusiji in debati.

Za uspeh telefonskega komuniciranja s poslušalci, konverziranja, je pomembno, da ima to stalne termine in istega komunikatorja (voditelja, novinarja). Praksa teh oddaj na Radiu Maribor pa uči tudi, da se pri tem oblikuje stalni krog poslušalcev, ki vzdržujejo dialoško komunikacijo. So večji govorci, poznavalci, izobraženi.

5.2 Dobro jutro

Oddaja Dobro jutro je bila prvič na sporedu julija 1988 in zadnjič junija 2002. Avtor prve je bil novinar Jože Jagodnik, reportažno ekipo na terenu pa je vodila novinarka Breda Čepe, ki je kasneje, občasno z nekaterimi drugimi novinarji, prevzela njeno voditeljstvo.

Oddaja je bila najprej na sporedu od 7.15 do 9. ure, kasneje od 8.30 do 10. ure, in sicer od ponedeljka do petka. Med številnimi oddajami, ki jih pripravlja Radio Maribor, je bila zanesljivo najodmevnejša, saj se je lotevala številnih tem, ki pestijo ljudi, njen namen pa je bil, da bi ljudem pomagala pri reševanju vsakdanjih stisk.

Z vidika naše naloge je pomembna zato, ker je bila kontaktna – vzpostavila je komunikacijo. Obravnavana tema je sprožila dvo-, pogosto pa tudi večsmerno komunikacijo. Oddaja je postala javna tribuna za obravnavo tem širšega (državnega), pretežno pa ožjega (lokalnega, regionalnega) okolja in je pogosto pospešila odpravljanje vsakdanjih zadreg poslušalcev.

Koncipirana je bila tako, da se je oblikoval komunikacijski krog, v katerega so bili vključeni voditelj, reporter na terenu, kompetentna oseba (predstavnik državne ali občinske oblasti ali javne institucije) in poslušalci. Voditelj je vodil, usklajeval in usmerjal pogovor s tremi stranmi: kompetentno osebo, reporterjem in poslušalci. Reporter je komuniciral z voditeljem, kompetentno osebo ali prizadetim občanom. Poslušalec ni bil samo v vlogi spraševalca, marveč je v neposrednem komunikacijskem stiku s kompetentno osebo mogel poiskati pot do rešitve svoje težave. V soočenju poslušalca in kompetentne osebe se je udejanila zahteva Bertholda Brechta, da »naj radijski novinarji pred mikrofoni namesto mrtvih poročil pripravljajo dejanske intervjuje, pri katerih imajo vprašani manj priložnosti za izmišljanje skrbnih laži, kakor si jih izmišljajo za časnik.« (Brecht 1987: 93)

V prek telefonske zveze vzpostavljenih komunikacijskih situacijah so se kompetentne osebe obnašale drugače kot pa v fizičnem stiku »iz oči v oči« z občanom, ki je od njih zahteval rešitev svojega problema (komunalnega, upravnega, sodnega, delovnega ipd.). Oddaja je dejansko pomagala reševati njegove stiske, s tem pa je opozarjala na anomalije v družbi, na zbirokratiziranost oblastnih struktur, brezdušnost in samovoljo uradniškega in podjetniškega sloja, na krivice, ki jih je navadni državljan doživljal v bivanjskem in delovnem okolju. Voditelja oddaje Dobro jutro sta dobivala veliko pisem, prizadeti so ju obiskovali in nastalo je celo svarilo: »Če mi ne boste pomagali vi, se bom obrnil na Radio Maribor!«

Številna pisma v osebni arhivu voditeljice Brede Čepe so odsev časa, v katerem je oddaja delovala: to je bilo obdobje osemdesetih let 20. stoletja, obdobje tranzicije in vseh posledic, ki so jo spremljale, v Mariboru pa so bile te še posebej boleče. Intonacija pisem je bila različna, »pismenost« pišočin prav tako. Z analizo vsebin bi lahko pisma označili kot:

- pohvale : » ... Vaša oddaja mi je zelo všeč, ker rešite marsikateri problem. In sem vam hvaležna, da se vsaj en zavzema za nas, ki imamo probleme ...«
- opozorila: »... Rada bi opozorila na razlike v ceni kruha, ki ga jemo na Štajerskem in v Ljubljani ... Prilagam cenik ...«
- prošnje: »... Kako naj starejši naredimo darilne oziroma prodajne pogodbe ...?«
- pritožbe: »... Smo mi krivi, da smo ostali brez stanovanjske pravice ...?«
- vprašanja: »... Zanima me, ker je bilo rečeno, da se stanarina ne bo podražila, ampak ostane na oktobrski ravni ...«

- odgovori: »V zvezi z anonimnim pismom o prevozih šolarjev osnovne šole ... vam odgovarjamo na navedbe, ki niso argumentirane ...«
- predlogi: »... predlagam, da se v Mariboru dogovorite o ustrežnejšem reševanju morebitnih problemov v ZD ...«

Voditelj je bil središčni člen komunikacijskega krogotoka. Njegove lastnosti poleg dobre informiranosti in razgledanosti so bile, da je bil dober govorec prepoznavnega glasu, iznajdljiv, prepričljiv, spreten, sam praviloma nevtralen. Upoštevajoč Hipokratove tipe temperamenta – melanholik, kolerik, sangvinik, flegmatik – je imela oddaja Dobro jutro največji odmev, ko se je voditeljev temperament približal temperamentu kolerika, kar pomeni, da je bil pri vodenju in usmerjanju pogovorov aktiven, silovit, nagel, tudi nezadovoljen, celo prepirljiv.

Dvo- ali večsmerna komunikacija ni bila vedno konverzacija, v kateri je vsakdo enako govorec in poslušalec. Pogosto je imela prvine diskusije, medsebojnega prepričevanja in odločanja. Sogovorniki so bili v enakovrednem položaju, imeli so možnost, da izrazijo svoje mnenje, s tem pa je bil možen konsenz. Oddaja je bila poslušljiva tudi zato, ker se je diskusija znala spremeniti v debato in besedne konflikte (Grabnar, 1991: 165), zaradi množičnega avditorija pa se ni mogla sprevreči v dramatičen proces, kot je prepir.

Ker je bilo v ospredju načelo aktualnosti, oddaja ni imela podrobnega scenarija, ampak samo oporne točke; veliko je bilo improvizacije. Ogrodje so bile aktualne teme, ki jih je voditelj predstavil in nato s sogovorniki analiziral, nazadnje pa jih s temi ali sam povzel in sintetiziral.

(Rekonstrukcija oddaje Dobro jutro z dne 9. 1. 2000 je v Prilogi A.)

V oddaji Dobro jutro so se izogibali posnetim prispevkom, če pa so ti le bili uvrščeni vanjo, so bili kratki. Nadomeščali so jih z gosti v studiu, premičnim studiem na terenu in predvsem s telefonom. Sodelovali so tudi novinarji, ki so spremljali kak aktualni dogodek.

V štirinajstih letih je postala oddaja kulturna, voditelj pa domala četrta oblast v mestu. Po svojih značilnostih pa je bila to tipična kontaktna oddaja, saj je vsebovala vse njene attribute:

- živost, neposrednost,
- ažurnost, aktualnost, živo občutenost obravnavanega problema,

- živ pogovor, živahnost razprav in debat brez vnaprej pripravljenih odgovorov, a z jasno opredeljenimi cilji.

5.3 Radijska delavnica znancev

Radijska delavnica znancev (RDZ) je v programu Radia Maribor že dvanajsto leto. Kot kontaktna oddaja je prerasla časovne okvire ene ure, se preoblikovala v javno radijsko oddajo, ki se po koncu oddajanja spremeni v shod in družabno srečanje. Ob njej deluje tudi Društvo prijateljev Radia Maribor, katerega člani se imenujejo delavničarji in so redni udeleženci javnih radijskih oddaj. Za to nalogo pa je pomembna Radijska delavnica znancev iz prvega obdobja, ko je delovala kot kontaktna oddaja.

RDZ je samostojen projekt novinarja Antona Petelinška. »Anonimni nihče postane nekdo z imenom, priimkom in svojo telefonsko številko. Blokada ujetega individua v kokonu nerazpoznavne množice je za tega posameznika prebita. Sam nehote in nevede vzpostavi kompetitiven odnos z vsemi ostalimi, ki ga poslušajo – vis-a-vis svojemu konkretnemu sobesedniku v oddaji – s tem, ko se legitimira s svojo telefonsko številko. Ko se razgališ, si na voljo vsem – ne samo tistemu, ki je v neki navidezni intimi s tabo v oddaji. (...) Odnos med sobesednikoma je dialoški in praviloma komplementaren (še le dva omogočata srečanje – dialog), ni pa nujno kompatibilen. Šele nadaljevanje komunikacijskega procesa pokaže, ali je takšna kompatibilnost možna. Komplementarnost izhaja iz narave dialoškosti, kompatibilnost pa to dialoškost legitimira (ali pa tudi ne).« Tako je Anton Petelinšek v svoji raziskovalni nalogi Antropologija komunikacije (Teorija 3K 1991: 13) osmisлил svoj projekt, s katerim je poskušal odgovoriti na naslednja vprašanja:

- kakšen je konkreten vpliv radia (RDZ) na vzpostavljanje določenih socialno-interakcijskih razmerij med poslušalci,
- kakšna je antropološka narava teh komunikacijskih razmerij,
- kako se te vezi vzpostavljajo,
- kako se vzdržujejo.

Pri tem je izhajal iz narave medija. Radio ni nujno samo za kulisno poslušanje ali zgolj vsakodnevni (ne)opazni spremljevalec. Prav tako ni nujno, da radio poslušalce – s tem, ko jih nagovarja ne kot množico, marveč vsakega posebej – razdvaja, potiska v zasebnost, jim preprečuje, da bi se družili in povezovali ter gojili socialne interakcije. Namen projekta

Radijska delavnica znancev tudi ni v anahronističnem vračanju v predtelevizijsko obdobje, v obdobje skupinskega, družinskega poslušanja, marveč v iskanju povezovalnih sestavin, v krepitvi integrativne funkcije radia.

Oddaja je na sporedu vsak četrtek, dolgo časa je bilo to med 10. in 11. uro, danes je uro pozneje.

V tem času sta bili poslušalcem na voljo dve telefonski številki. Ko sta bili zasedeni obe, se je Radijska delavnica znancev začela. Voditelj v studiu je povedal imeni obeh udeležencev in od kod sta, potem se je umaknil, da je stekla komunikacija med poslušalcema. Vse to se je dogajalo »v živo«, torej pred radijskim poslušalstvom.

Radijsko spoznavanje, navezovanje stikov ni steklo vedno gladko. Trema, govorne zadrege, ponavljajoča se vprašanja ... so bili redni spremljevalci te radijske komunikacije, ki je bila v pretežni meri dvosmerna – med poslušalcema; voditelj je bil prisoten samo zato, da ju je predstavil in povezal, nato pa je posegal v komunikacijo samo tedaj, če se je sogovornikoma zataknilo.

(Rekonstrukcija oddaje RDZ – trije pogovori z dne 13. 4. 1995 – je v Prilogi B.)

V oddaji ni nikoli zmanjkalo klicev, kljub različnim pomislekom.

Sčasoma se je oblikovalo stalno občinstvo, ki je imelo kot socialna kategorija zaradi pogostejših stikov in komuniciranja nekatere značilnost sekundarne, v posamičnih primerih pa lahko tudi primarne skupine (nastajanje osebnih stikov, celo intimnejših odnosov, pristnejšega in pogostejšega medosebnega komuniciranja). (Vreg 1990: 42)

Navedeni pogovori kažejo na to, da so se v oddajo oglašali preprostejši, predvsem starejši ljudje. Intelektualcev je bilo zelo malo (so pa v vodstvu Društva prijateljev Radia), čeprav ti vedo zanjo in je apriorno ne odklanjajo. Samo mladi se niso oglašali v oddajo.

So primeri, ko tako nastali radijski dialog kot eden od vidikov interpersonalne komunikacije spodbudi nekatere stopnje diadičnih odnosov:

- iniciacijo (vpeljevanje) – Različne oblike verbalnega (in neverbalnega) vedenja nam omogočajo vzpostaviti stik z osebo, s katero to želimo. Zavestno ali nezavestno si ustvarimo mnenje, sodbe o drugih. Čeprav smo v tej fazi zelo previdni, si izoblikujemo mnenje o drugi osebi že v petnajstih minutah.

eksperimentiranje (preizkušanje) – Prvi stik sproži pogovor, v katerem se osebi pogovarjata o stvareh, ki jih obe poznata. V tej fazi se osebi tudi odločita, ali je zveza vredna truda ali pa je samo formalen pogovor, ki naj bi naredil situacijo bolj udobno.

- intenziviranje (stopnjevanje) – Na tej stopnji lahko zveza preraste v prijateljstvo, osebi se še bolj zblížata, postaneta zaupni. Govorita v bolj sproščenem jeziku, uporabljata že tudi vzdevke, sleng. (Blažič 2002: 60)

Prepuščanje etra poslušalcem, ki na splošno nimajo veliko možnosti, da bi se tako oglašali, in njihova vloga aktivnih kreatorjev programa na eni strani ter spreminjanje voditelja v poslušalca na drugi vnašajo v javni medij, kot je Radio Maribor, alternativne medijske prijeme, ki omogočajo drugačen, neposrednejši in pristnejši pristop poslušalca do radia.

Ta pristop se približuje zavzemanju za alternativni radio Haralda Hahna (2001: 36), ki nasproti učinkom množičnih medijev, ki povečujejo pasivnost, razosebljenost in ranljivost posameznika, zagovarja aktivno medijsko delo. To zaznamuje izoblikovanje takih posameznikovih sposobnosti, da predstavi svoja stališča in zahteve v medijski formi. Še posebej zato, ker je sposobnost medijske prezentacije danes odvisna od učinkov družbene slojevitosti, npr. od neenakih izobrazbenih možnosti, se akterji tako zamišljenega radia zavzemajo za spodbujanje vseh tistih, ki jim je družbena neenakost vzela sredstva (znanje, voljo, samozaupanje) za sporočanje njihovih idej v medijski formi. (Hahn 2001: 37)

France Vreg (2000: 23) opozarja na še en vidik. »Komuniciranje je tudi miselni izziv, kako ogovoriti svojega komunikacijskega partnerja, kako se empatično poglobiti v njegovo notranjost in premisliti, katere besede bomo uporabili za nagovor, da bo komuniciranje uspešno.«

» (...) Gotovo ob treh zjutraj iz takšnih ali drugačnih razlogov marsikdo bedi. A kdo so tisti, ki kličejo v radijski studio? Bili so praviloma starejši in bile so večinoma ženske. V njihovih glasovih je zvenela boleha žalost ali pravzaprav tista žalostna sreča, da se vsaj minuto, dve počutijo pomembne, ko lahko z iskreno hvaležnostjo, a ne z manj preproščine popihajo na dušo voditelju. (...) Gotovo: ljudje, ki sredi noči začutijo potrebo, da pokramljajo z radijskim voditeljem, so nedvomno ne samo osamljeni, temveč najbrž tudi sicer nimajo veliko od življenja.« (Crnkovič 1999: 48)

Publicist Marko Crnkovič je sicer pisal o nočnem radijskem programu in poslušalcih, ki tega aktivno spremljajo s klicanjem, a je v precejšnji meri zadel skupino poslušalstva, ki (so)oblikuje tudi oddajo Radijska delavnica znancev in je večinsko občinstvo na njenih

javnih radijskih oddajah. V dvanajstih letih se je izoblikoval krog poslušalcev, ki ustrezajo Crnkovičevemu spraševanju, kdo kliče v nočni radijski program. V pretežni meri so starejši ljudje, upokojenci, kmetje, vdovci, osamljeni ljudje (Petelinšek 1999: 15), ki spadajo po svojem premoženjskem stanju, družbenem vplivu in ugledu, družinskem statusu in vpetosti v socialno-interakcijske mreže na družbeno margino. Radijska delavnica znancev se je najbolj dotaknila tistih, ki so sicer odrinjeni na obrobje, vendar ne pristajajo na to, da bi nemočno obsedeli pred televizijo in si domišljali, da komunicirajo s politikom ali športnikom na zaslonu. S sodelovanjem v oddaji ustvarjajo medsebojno komunikacijo in vstopajo v komunikacijsko razmerje. Svojo osamljenost, odrinjenost kompenzirajo s klicem v oddajo in potem z udeležbo na javnih radijskih prireditvah, shodih in izletih, ki jih pripravlja Društvo prijateljev Radia Maribor. Med njimi se je udomačil naziv delavničar, delavničarji pa so s pomočjo radia oziroma oddaje začeli vzpostavljati komunikacijske in socialne mostove, se družiti in obiskovati ...

Iz radijske kontaktne oddaje so se leta 1993 razvile javne radijske oddaje, katerih povod so bili državni ali krajevni prazniki, pomembne obletnice, prizorišča pa so bila vedno druga: manjši kraji v severovzhodni Sloveniji. Sčasoma je postala RDZ tudi del večjih tradicionalnih prireditev, kot sta Večerov piknik in Festival Lent, vabljeni gostje pa prihajajo iz vse Slovenije in tudi iz tujine. Kot javna družabno-glasbena prireditev, shod pa je izgubila značaj kontaktne radijske prireditve. Voditelj, ki je bil v dualni ali pluralni komunikaciji predvsem fizično prisoten, kajti dialog sta vzdrževala poslušalca, ima v javnih radijskih oddajah osrednjo vlogo, povezuje točke programa, se pogovarja s sodelujočimi in ogovarja tako poslušalstvo na prireditvi kot tisto pred radijskimi sprejemniki. Dialog steče samo na odru. Jedro obiskovalcev na javnih prireditvah se je izoblikovalo ob sodelovanju in ob poslušanju kontaktnih oddaj Radijska delavnica znancev.

Na prireditvi leta 1995 v Slovenski Bistrici, ki jo je obiskalo kar 3000 ljudi, so mednje razdelili anketne vprašalnike o oddaji. Izpolnila jih je petina prisotnih. Ker je anketa zajela samo udeležence prireditve, je bilo mogoče vnaprej pričakovati ugodne rezultate – kar 72,6 odstotka vprašanih se je izreklo, da so stalni poslušalci oddaje, zanimivi pa so odgovori na druga, pojasnjevalna vprašanja, s katerimi avtor preverja uspešnost svojega projekta. Dobra polovica vprašanih je odgovorila, da oddajo poslušajo, ker se v njej ljudje po domače in sproščeno pogovarjajo. Skoraj 40 odstotkov jih je že sodelovalo v oddaji, 22,4 odstotka jih je poskusilo, pa sta bili telefonski zvezi zasedeni, 9,5 odstotka anketiranih je odgovorilo, da oddajo poslušajo, v njej pa ne bi sodelovali, 35,2 odstotka je prek oddaje

spoznalo tri ali več novih znancev, občasno ali redno pa se jih srečuje prek 60 odstotkov vprašanih. Skoraj polovici vprašanih je všeč, da poteka oddaja v pogovornem jeziku, še več pa jih oddajo poslušajo, ker lahko v njej sodelujejo »preprosti« ljudi. V samo bistvo javnih prireditev pa sežejo odgovori na vprašanje, zakaj se jim zdijo te nekaj posebnega. Največ odgovorov se je glasilo:

- povezujejo ljudi,
- spoznaš veliko ljudi iz vseh koncev severovzhodne Slovenije,
- ljudi zblizujejo in povezujejo v trajna prijateljstva,
- tudi osamljeni na ta način najdejo prijatelje,
- RDZ je nekaj edinstvenega,
- pri ljudeh goji občutek za sočloveka, za bolne, prizadete,
- ljudje srečajo sebi enake s podobnimi problemi, pogledi,
- zraven se ne meša politika.

(1999: 17–18)

Množični obisk opozarja predvsem na socialno-psihološko razsežnost javnih radijskih prireditev, kontaktna oddaja Radijska delavnica znancev pa tudi na komunikološko, saj je njeno poslanstvo predvsem v tem, da je postavila poslušalca v položaj aktivnega sooblikovalca oddaje.

5.4 Neposredni športni prenos

Neposredni športni prenos ne spada med dialoške radijske zvrsti, saj ne vzpostavlja komunikacijskega dvogovora – komunikacijske zveze med radijskim govorcem, v tem primeru reporterjem, in poslušalcem, je pa pomemben del »živega« programa. Zaradi tehnične »enostavnosti« (v primerjavi s TV) je zelo razširjen in ni vezan samo na tehnično dobro opremljene velike radijske postaje.

Neposredni prenos športne prireditve je pisal zgodovino radijskega medija. Jeseni 1921 so v Pittsburghu pripravili neposredni prenos dvoboja boksarjev Carpentterja in Demseya. Ker se je prireditev ob dobrem radijskem poročanju posrečila in so o tehničnem dosežku poročali tudi časopisi, so ljudje pohiteli v trgovine s sprejemniki, tako da jih je do božiča zmanjkalo. (Brojan 1999: 8) Le sedem mesecev po rojstvu radia na Slovenskem je bil leta 1929 pripravljen prvi športni prenos tekme, med nogometnima ekipama Ilirijo in Primorjem. (1999: 78)

Radio Maribor pa je začel prenašati celovite neposredne prenose športnih prireditev razmeroma pozno, in to deloma zaradi kratkega dnevnega časa oddajanja. S podaljševanjem programa in z osamosvojitvijo Slovenije, s čimer se je povečalo število državnih prvenstev in nastopov slovenskih ekip v evropskih pokalih, pa se je število ur športnega programa, s tem pa tudi prenosov močno povečalo. Leta 1980 je bilo prenosov 21, danes jih je prek 200. Njihov pretežni del odpade na »živa« oglašanja predvsem s tekem v igrah z žogo.

»Živa« oglašanja so časovno zelo različna (slike 5.1–5.3):

PRIREDITEV

REPORTAŽA

Slika 5.1: Oglašanje traja tako dolgo kot športna prireditev.

PRIREDITEV

REPORTAŽA

Slika 5.2: Oglašanje je daljše od dogajanja na športni prireditvi.

PRIREDITEV

R R R R

Slika 5.3: Dogajanje se spremlja z vmesnim oglašanjem.

Opredelitev neposrednega radijskega prenosa je najbrž prav tako zahtevna kot opravljanje vloge reporterja. Je prenos reportaža ali ni? Nekateri teoretiki (Plenković, Slavković) menijo, da bi bila v primeru njenega enačenja vloga novinarja okleščena na vlogo poročevalca, medtem ko zahteva reportaža od njega, da ni samo to, torej poročevalec,

marveč tudi tolmač, komentator, aktivna osebnost, ki s svojim govorjenjem oddaljenemu poslušalcu pričara dogajanje v prostoru in času. Zaradi tega ga je težko umestiti v eno samo zvrst, tudi žanrsko, kot živa ali improvizirana reportaža vsebuje komentatorske prvine.

»Živi« prenos športnega srečanja je tipičen primer sočasnega poteka dogodka, ubeseditve in sprejema.

Z drugimi neposrednimi oglašnji (s koncertov, prizorišča nesreč, sej) ima nekatere skupne značilnosti, še več pa je razlik. Loči se po svojstveni dramaturgiji, zakaj pri neposrednem športnem prenosu gre za niz dogodkov, ki po Koširjevi »tvorijo proces, ki je dogajanje kot potek«, (Košir v Milosavljevič 2003: 17), »dogodki pa se dogajajo – tako Korošec – neodvisno od nas, našega vedenja ali pa tako obstajajo v naši zavesti.« (2003: 17)

Okvir športne prireditve so natančno določena pravila in časovna določenost, najpomembnejši deli dramaturškega loka – zaplet, razplet in konec – pa so reporterju neznani. Reporter sočasno z dogajanjem plete zgodbo in se izmenjaje pojavlja v različnih vlogah – v vlogi poročevalca, pojasnjevalca, komentatorja, pripovedovalca, (tudi) navijača – in s svojo ustvarjalno domišljijo dogajanjedoživeto prenaša v ušesa množice poslušalcev ob radijskih sprejemnikih. Prenos ne more uspeti, če se ne zgodi tudi v poslušalčevi domišljiji. (Milosavljevič 2003: 82)

Dognan radijski prenos kot oblika totalne komunikacije lahko poslušalcu pričara potek celo bolj slikovito, bolj doživeto, kot če bi ga spremljal ob igrišču ali v dvorani. Medtem ko slušno percepcijo ob spremljanju prireditve v naravnem okolju in percepcijo prenosa na televizijskem zaslonu marsikaj moti ali zamoti (opazovanje drugih gledalcev, fotoreporterjev, obnašanja igralcev, trenerjev), se poslušalec ob radijskem sprejemniku s pomočjo reporterja popolnoma osredotoči na bistvo – na potek tekme.

Neposredni radijski prenos športne prireditve vsebuje vse poglobitve tega medija: hitrost, doživetost, avtentičnost. S prenosom zvočne slike reporter posreduje poslušalcem bitovske (informativne), mobitovske (take, ki temeljijo na emocionalni ekspresivnosti) in hubitovske kvalitete sporočila (instruktivnost, persuazivnost). (Plenkovič 1993: 156)

Izkušnje pritrjujejo Axlu Seipu, ki navaja sedem kriterijev za dober radijski prenos:

1. resničnost – potrebni so ustrezna priprava, raziskovanje ozadja, bogat arhiv;
2. doživetost – sposobnost aktiviranja vseh čutov;

3. razumljivost – govorčeve lastnosti (barva glasu, tempo, pravilna artikulacija, naglas), interpretativno-ekspresivne lastnosti (melodija besed, lahkotnost sporočanja, natančnost, živost);
4. strukturiranost – začetek in konec, rdeča nit;
5. osebnostna nota – sposobnost izražanja osebnega videnja dogajanja;
6. atmosferičnost – sposobnost posredovanja zvočne kulise, vzdušja na kraju dogajanja;
7. ustvarjalnost – sposobnost opazovanja, izbira in kompozija najpomembnejšega v dogajanju.

(Seip v Walther von La Roche, Axel Buchholz 1997: 150)

Seipovi kriteriji so upoštevani pri kronologiji novinarskega spremljanja nogometne tekme Maribor Pivovarna Laško–Dinamo Zagreb, 31. julij 2003.

Srečanje mariborskih in zagrebških nogometašev v drugem krogu kvalifikacij za Ligo prvakov je bilo odmevno, prestižno, zaradi negativnega slovesa navijaških skupin obeh klubov pa tudi tvegano za javni red in mir. Reporterska ekipa Radia Maribor je bila zato številnejša, tistega dne, ko je bila tekma, pa je začela delati že zjutraj.

- PRED TEKMO:

- med 8. in 9. uro: Voditelj v studiu se je pri policijskem piarovcu po telefonu pozanimal o pripravljenosti policistov.
- med 11. in 13. uro: Reporterja sta se neposredno oglašala za Radio Maribor in za 2. program Radia Slovenija iz središča mesta, kjer so se zbirali navijači domačega kluba.
- med 16.00 in 17.25 – neposredno oglašanje treh reporterjev, za oba programa:
 - prvega reporterja iz središča mesta, kjer so se razdivjali domači navijači,
 - drugega reporterja izpred doma obrambne vzgoje v Pekrah, kjer je bilo zbirališče policijskih sil,
 - tretjega reporterja s slovensko-hrvaške meje, od koder je spremljal privržence zagrebškega kluba do parkirišča pri Tamu, kjer so jih zadrževali do začetka tekme.

- med 18. in 19. uro – poročanje o varnostnih razmerah v mestu, za 2. program RA SLO.

- MED TEKMO

- Ob 19.30 začetek neposrednega prenosa s stadiona:
 - Prvi reporter, ki bo prenašal tekmo, poroča o polnjenju tribun in o statistiki tekem med mariborskim in zagrebškim klubom,
 - Drugi reporter intervjuva bivšega nogometaša, ki obuja spomine na tekme z Dinamom.
 - Tretji reporter, pomešan med prihajajoče navijače in policiste, pripravi pogovor s policijskim poveljnikom o varnostnih ukrepih in nato anketira gledalce o izidu.
- Ob 19.45 prevzame besedo prvi reporter, drugi reporter pa ob igrišču priskrbi izjavo pomočnika domačega trenerja.
- ob 20.00: Reporter začne prenos.
- ob 20.45:
 - Prvi reporter povzame dogajanje v prvem delu,
 - drugi reporter ob igrišču intervjuva trenerja,
 - tretji reporter poroča o ozračju na tribunah in pokramlja z znano nogometno osebnostjo.
- ob 21.00:
 - Prvi reporter začne prenos drugega polčasa,
 - drugi reporter (ob igrišču) dobi izjavo zamenjanega igralca.
- ob 21.45:
 - Prvi reporter konča prenos,
 - drugi reporter »lovi« izjave nogometašev in trenerjev,
 - tretji reporter poroča o obnašanju odhajajočih gledalcev, od poslušalcev se poslovijo prvi reporter.

- PO TEKMI:

Prvi reporter pripravi poročilo o tekmi, drugi reporter posname izjave nogometašev in trenerjev, tretji reporter v stiku s policijskim piarovcem piše o varnosti na tekmi in po njej.

V opisanem primeru se kažejo vse prednosti radia, ki gradi svojo informativno, servisno plat prav na medijski sinhronosti. Radio Maribor je bil v časovnem smislu najbolj aktualen in informiran. Oprema ekipe Radia Maribor, ki je poročala s terena, je vključevala GSM za neposredno oglašanje in medsebojno komunikacijo, walkman za spremljanje programskega dogajanja, mini disk za snemanje posnetkov za arhiv in intervjujev in reportažni avtomobil, od koder je bila vzpostavljena linkovska, to je interna/spletna radijska povezava z regionalnima centroma Maribor in Ljubljana. Linkovska povezava je bila vzpostavljena tudi na stadionu – za prenos tekme in za oglašanja z roba igrišča in iz okolice stadiona. Reportaža o tekmi je bila pripravljena s pomočjo računalniškega sistema za konzervacijo zvoka Dalet (digitalni avdio).

Primer nogometne tekme Maribor–Dinamo kaže na to, da se je prenos začel časovno veliko prej kot prireditve (nekaj dni prej, ko sta temi poročanja pripravljenost in pričakovanja domačega moštva ter predstavitev nasprotnega, pomembne pa so tudi informacije o prometni ureditvi in varnostnih ukrepih). Prenos tudi prostorsko ni bil omejen na eno samo prizorišče, to je nogometni stadion, marveč je bil razširjen na celo mesto in na dogajanje na državni meji. Poročanje izrisuje več različnih, a kontekstualno povezanih zgodb (varnost, obnašanje navijačev, spomini, igra nogometašev), ki imajo skupni imenovalce v 90-minutnem dogajanju na igrišču. Akterji so številni, pojavljajo se v različnih vlogah in z različnimi interesi, povezuje pa jih (različno) zanimanje za nogometno tekmo. Sporočila novinarjev, ki spremljajo dogajanje, so bila zvrstno tako informativna kot interpretativna. Pojavljala so se bodisi v »čisti« obliki bodisi so bila kombinacija obojih. Žanrsko se kažejo kot sporočila, v katerih so reporterji »od predmeta distancirani in odsotni« – napovedi tekme, opisovanje ozračja v mestu, oglašanje z meje, s stadiona, pogovori. (Košir 1988: 63) Celodnevno spremljanje pa se ni moglo izogniti osebnim notim. Zlasti ko je šlo za nenadne, nepričakovane dogodke (kar tekma je), je novinar o obravnavanem poročal angažirano (soočenje policije in navijačev). Šele ko je bilo vsega konec, po koncu športne prireditve in vrnitvi navijačev na domove, je novinar doživetostnil v komentar (vnesel je lastno mnenje) in reportažo, to je v avtentično pripoved in opis atmosfere, ljudi in odnosov ter to strukturiral in upovedil v trodelni shemi (uvod z ekspozicijo, jedro z zapletom, vrh in razplet ter zaključek). (1988: 79–80) Takšno

novinarsko sporočilo je dobilo vse za novinarski diskurz imanentne značilnosti: novost, aktualnost, pomembnost in zanimivost. (1988: 69)

6 SKLEP

Poglavitni namen diplomske naloge je bil analizirati tisti del programa Radia Maribor, ki poteka neposredno, »v živo« in goji dvo- ali večsmerno radijsko komunikacijo. Primerjalna analiza programskih shem je pokazala, da je bilo tega programa v preteklem obdobju več. Sedanja programska shema temelji v pretežni meri na informativnem programu in posnetih oddajah. Samo v dopoldanskem času sta termina za oglašanje »v živo«, s terena, dva popoldanska programska sklopa pa sta pogosto izpolnjena s posnetimi prispevki. Večerni program je posnet, izjemi sta sredo in sobota, ko so neposredni prenosi športnih prireditev.

Zakaj je v programu Radia Maribor manj kontaktnosti in je ta manj raznovrstna in inovativna? Analiza programskih shem zadnjih dveh uradnikov kaže na to, da je bilo njuno zavzemanje za več kontaktnosti v programu prej deklarativno kot dejansko. Vse preveč tega programa izpolnjujejo posnete oddaje ali pa jim spreminjajo čas oddajanja. Ta nedoslednost pa odvrta poslušalce, ki so se navadili na poslušanje kontaktnih oddaj ob določenih terminih in so bili v njih sčasoma pripravljene sodelovati.

Dveh najodmevnejših kontaktnih oddaj ni več v programu. Oddajo Dobro jutro so zamenjale druge, večji del posnete oddaje, oddaja Radijska delavnica znancev je prerasla v javno radijsko oddajo.

Zakaj omenjenih oddaj ni več v tej obliki? Voditelja oddaje Dobro jutro, ki je bil avtor, središče komunikacijskega krogotoka, razsodnik, oseba, h kateri so se ljudje zatekali po pomoč in nasvet, je začela ta vloga obremenjevati. Ko je prenehala biti zanj izziv, ni pa bilo zanj zamenjave, so oddajo ukinili.

Drugačna usoda je doletela oddajo Radijska delavnica znancev. Voditelj, ki je bil v studiu diskretni spodbujevalec dvo- ali večsmerne telefonske radijske komunikacije, je s

preobrazbo oddaje v javno radijsko oddajo postal javni govorec, ki s svojo besedo priteguje pozornost tako občinstva na prizorišču kot občinstva ob radijskih sprejemnikih.

Oddaji Dobro jutro in Radijska delavnica znancev sta promovirala voditelja. Zamenjav zanju, prvih glasov Radia Maribor, pa ni bilo, prav tako pa ni bilo poskusov, da bi njun status pridobili mlajši. 21-članski novinarski kolektiv se pomlaja, na ključnih položajih pa ostajajo novinarji z 20-, 25- ali celo 30-letno delovno dobo. Inovativnost, kreativnost, fleksibilnost so podrejene profesionalni rutini.

V povezavi s kontaktnim programom se tako pojavlja problem, ki ga Marjan Krišelj (1992/1993: 58) imenuje govorne oblike v radijskem programu. Zanemarjena je vzgoja radijskih voditeljev bodisi voditeljev novinarjev bodisi voditeljev programov. (Krišelj 1992/1993: 65)

Ne kadrovska in tehnična šibkost Radia Maribor, marveč nedosledno uresničevanje programske sheme in zanemarjanje vzgoje voditeljev sta razloga, da je kontaktnosti v programu Radia Maribor manj. Posledično se to odraža v odsotnosti pravih zamisli za zamenjavo odmevnih kontaktnih oddaj, obstoječe oddaje pa so premalo domišljene glede na ciljno skupino recipientov.

Neposredni športni prenos je vključen v diplomsko nalogo ne samo zato, ker je pomembna stalnica programa Radia Maribor, marveč ker goji specifično kontaktnost, ki pa ni primerljiva z oddajama Dobro jutro in Radijska delavnica znancev. Kot je pokazal v nalogi opisani primer, je ta kontaktnost drugačna, vendar ne v smislu, da bi imeli poslušalci možnost odzivanja. Kontakt obstaja med voditeljem v studiu in reportersko ekipo ter znotraj ekipe, ki neposredno spremlja dogajanje. Neposredni športni prenos je zanimiv s komunikološkega vidika, saj razkriva bistvene prednosti radia pred drugimi mediji, te pa so v hitrosti, aktualnosti in mobilnosti.

7 LITERATURA

Aristotel (1989): Retorika. Naprijed, Zagreb

Blažič, Marjan (2000): Osnove komunikacije. Visoka šola za upravljanje in poslovanje Novo mesto, Novo mesto.

Bourdieu, Pierre (2001): Na televiziji. Knjižna zbirka Krt, Ljubljana

Brecht, Berthold (1987): Umetnikova pot: Spisi o gledališču, liriki in romanu. Izbral in prevedel: Voglar, Dušan. CZ, Ljubljana

Brojan, Matjaž (1999): Začetki radia na Slovenskem. Modrijan d.o.o in Radio Slovenija, Ljubljana

Buber, Martin (1982): Princip dialoga. Časnik za mišljenje, umetnost, kulturo in religiozna vprašanja 2000, Društvo izdajateljev časnika 2000, Ljubljana

Cazeneuve, Jean (1976): Sociologija radio-televizije. BIGZ, Beograd

Crisell, Andrew (1994): Understanding Radio, 2. izdaja. Routledge, London

Crnkovič, Marko (1999): Najboljši principi. DZS, Ljubljana

Dragojlović, Aleksandar: (1985): Vokalna ličnost radia. Biblioteka RTV Beograd

Enzesberger, Magnus: www.quertfunk.de

Erjavec, Karmen; Volčič, Zala (1999): Odraščanje z mediji. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana

Gajšek, Gregor (1999): Neposredni televizijski in radijski prenos (diplomska naloga). FDV, Ljubljana

Grabnar, Boris (1991): Retorika za vsakogar. DZS, Ljubljana

Gruden, Lučka (2001): V zvočnem laboratoriju. Založba Obzorja, Maribor

Habermas, Juergen (1989): Strukturne spremembe javnosti. Škuc: Znanstveni inštitut, Ljubljana

Habjanič, Peter (1981): Vloga in mesto Radia Maribor v letih 1945–1980 (diplomska naloga). FSPN, Ljubljana

- Hahn, Harald (2001): *Freie Radio als Ort der Aktiven Jugend-Medien-Arbeit*. Ibidem Verlag, Stuttgart
- Hartley, John (1982): *Understanding news*, 2. izdaja. Methuen, London
- Hepp, Andreas (1998): *Aktualne tendence radijske kulture*, Trier
- Hrvatini-Bašić, Sandra (2002): *Državni ali javni servis, perspektive javne RTV v Sloveniji*. Mirovni inštitut, Ljubljana
- Keane, John (1992): *Mediji in demokracija. Znanstveno in publicistično središče*, Ljubljana
- Korošec, Tomo (1998): *Stilistika slovenskega poročevalstva. ČZP Kmečki glas*, Ljubljana
- Košir, Manca (1988): *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. DZS, Ljubljana
- Košir, Manca; Poler, Melita (1996): *Mediji, etika in deontologija*. FDV, Ljubljana
- Krišelj, Marjan (1993–1994): *Javna občila in komunikacijska tehnologija – radio*. Radio Slovenija, Ljubljana
- Kušar, Jože (1980): *Radio Maribor 1945–1980*. Radio Maribor, Maribor
- Lah, Boštjan (2002): *Marš: med trgov, javnostjo in civilno družbo*. Subkulturni azil, Maribor
- La Roche, Walther von; Buchholz, Axel (1997): *Radio Journalismus*, 6. Auflage. List Verlag, Muenchen-Leipzig
- (1979) *Leksikon novinarstva*. Beograd
- Luthar, Breda (1992): *Čas televizije*. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana
- Luthar, Breda (1998): *Poetika in politika tabloidne kulture*. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana
- Matko - Naglič, Irena (2001): *Radio v lokalnem okolju (dipl. naloga)*. Pedagoška fakulteta, Maribor
- McQuail, Denis (1994): *Mass Communication Theory*, 2. Edition. Sage Publications, London
- McWinnie, Donald (1959): *Radijska umetnost*. Priročnik RTV Ljubljana, št. 3–14, prevedla Milojka Šuklje. Naslov izvirnika: *The Art of Radio*. Faber & Faber, London
- Meyrowitz, Joshua (1985): *No Sense of Place*. Oxford, New York
- Milosavljevič, Marko (2003): *Novinarska zgodba*. Zbirka media, FDV, Ljubljana
- Petelinšek, Anton (1999): *Antropologija komunikacije*. Teorija 3K, Maribor
- Pivec, Polona (2003): *Pragmatične pretvorbe v radijskem sporočanju (magistrsko delo)*. FDV, Ljubljana
- Plenković, Mario (1993): *Komunikologija masovnih medija*. Barbat, Zagreb

- Programsko-finančni načrt Radia Maribor, 2001
- Scanell, Paddy (1991): Broadcast Talk. Sage publications, London
- Simonič, Peter (2000): Radio Maribor (antropologija ritualov in medijev). Dialogi, Maribor
- Slavković, Dušan (1981): Biti novinar. Radnička štampa, Beograd
- Škerlep, Andrej (1997): Komunikacija v družbi, družba v komunikaciji. Zbirka: Znanstvena kjižnica FDV, Ljubljana
- Škiljan, Dubravko (1999): Govor realnosti i realnost jezika. Školska knjiga, Zagreb
- Štakul, Aleks (intervjuvanec), Zvonar - Predan, Darka (2001): Marsikdo bo sam odpadel. Večer, 26.5., str.36–37
- Tester, Keith (1992): Civil Society. Routledge, London
- Tomažič, Dušan (2000): Regionalni center RTV Maribor, RC RTV Maribor, Maribor
- Vatovec, Fran (1984): Javno govorništvo. Založništvo Tržaškega tiska, Trst
- Vreg, France (2000): Politično komuniciranje in prepričevanje. Zbirka Javnost. FDV, Ljubljana

Priloga A: Rekonstrukcija oddaje Dobro jutro z dne 9. 1. 2000:

- Uvod – pozdrav voditeljice in aforizem namesto uvoda. Obravnavanega dne se je glasil: Kadar človeku poide sapa, ima navadno največ povedati. (Žarko Petan)
- Kratek pregled aktualnih dogodkov.
- Servisne informacije.
- Prvo temo je voditeljica povzela po časniku Večer: Nepravilnosti v domu Danice Vogrinec. Voditeljica je pojasnilo poiskala pri direktorici doma.
- Po glasbi se je voditeljica lotila primera propada zasebnega tekstilnega podjetja Pomada. Sogovornica je bila direktorica podjetja.
- Reporterska ekipa se je odpravila po poti pisma, v katerem je poslušalec opozoril na smrad na odlagališču komunalnih odpadkov. Reporter se je pogovarjal s prizadetim občanom in vodjem odlagališča. V pogovor se je vključila voditeljica v studiu.
- Po glasbi in poročilih je voditeljica znova obravnavala podjetje Pomada. Težave zaposlenih je osvetlila predstavnica sindikata.
- V nadaljevanju je voditeljica obravnavala pismo poslušalca, ki se je razburjal, ker bodo na referendumu za uvedbo samoprispevka odločali o dveh različnih zadevah (o gradnji internega oddelka bolnice in o gradnji krajevnega vodovoda) z enim, skupnim odgovorom “za” oz. “proti”. Voditelj je pojasnilo poiskal pri ustrezni občinski službi.
- Voditeljica je oddajo zaokrožil z informacijo o dogodkih tistega dne in ker se je bližala največja športna prireditev na štajerskem koncu – smučarska Zlata lisica – je poklicala organizatorja, ki je nato govoril o pripravah.

Priloga B: Rekonstrukcija oddaje RDZ:

1. POGOVOR: 13.4.1995

Voditelj: »Dober dan, gospa Julčka.«

Gospa Julčka: »Dober dan, milo mi je, da ste se zmislili name!«

Voditelj: »In smo vas mi poklicali, ali ne? Julčka iz Loč pri Poljčanah in pa gospod Rudolf iz Maribora: »Dober dan.«

(Poslušalca se pozdravita)

Poslušalec: »Kako kaj v življenju?«

Poslušalka: »Človek je pač star človek.«

Poslušalec: »To drži, ampak ne smemo se držati za stare!«

Poslušalka: »Ne? kaj čete, čas beži!«

Poslušalec: »Koliko pa jih že imate?«

Poslušalka: »Glih danes jih imam sedemdeset!«

Poslušalec: »Sedemdeset? Potem pa sem vas jaz zadi pusto. Jaz pa bom v nedelo v osemdeseto leto stopo.«

Poslušalka: »A bejste!«

Poslušalec: »Ja, ampak jaz pravim, moramo biti korajžnji, tudi se razveselit, ker ta oddaja je tako prijetna, da si ne moremo predstavljat. Jaz sem bil v Bistrici in to sem uživo, tako da v življenju nisem.«

Voditelj: »Vam je bilo všeč?«

Poslušalec: »Ja, samo to mi je blo malo težko, ker nisem prišo zraven.«

Voditelj: »Ker niste mogli pet?«

Poslušalec: »Ja!«

Voditelj: »je bila katera vaših delavničarskih znank tam?«

Poslušalec: »Ja so ble. Za druge niti ne vem, ampak nazadnje je tista moja partnerica prišla, ker je bila prepozna. In ena mi je obljublja, da me bo prišla pozdravit, pa je ni blo.«

Voditelj: »Pa vam je bilo všeč?«

Poslušalec: »Res všeč, ker jaz sem, gospod Toni, kot otrok bil grozno navdušen nad petjem, na muziko, pa vse. Ker pa sem moral iti za kruhom, s trebuhom za kruhom in nisem prišel v to, nisem izkoristo to moje veselje. In vi ste bil to, pobudnik, da se starejši lahko vsaj malo razveselimo in razvedrimo in dokončamo naše življenje.«

Voditelj: »Hvala lepa, gospod Rudolf, gospa Julčka pa tole: vi imate danes rojstni dan. Najlepše želje vam pošiljamo iz Radijske delavnice znancev!«

Poslušalka: » Hvala lepa, pa kdaj k nam v Loče pridite!«

Voditelj: »Za vas gospa Julčka in gospoda Rudolfa bodo zapele učenke dekliškega pevskega zbora osnovne šole z Vranskega, tisto pesem, ki jo je napisal Slomšek: Predica! Le predi dekle. Preden jim prisluhnemo pa obema: gospa Julčka, gospod Rudolf, si bosta izmenjala telefonski številki?«

(izmenjava številki in glasba)

2. POGOVOR, 13. 4. 1995

Voditelj: »Dober dan! Gospa Elizabeta ste vi prvič v oddaji? Pa vi, gospa Truda?«

Poslušalki: »Da , prvič.«

1. poslušalka: »Kličem prvič, ker mi je oddaja zelo všeč. In sem si rekla, zakaj ne bi poskusla in poiskala zvezo in zdaj se pogovarjam z vami.«

2. poslušalka: »Me veseli, ste še v službi?«

1. poslušalka: »Ja zdaj sem dobila službo, prej sem bila na borzi. Imam eno hčerko, moža in gre.«

2. poslušalka: »Ja, jaz imam tudi moža, imam sina pa hčero. Hčera je že poročena, zdaj čuvam vnučke. In drugače? Se še ukvarjate s čim?«

1. poslušalka: »Jaz sem se ukvarjala s kegljenjem, zaradi poškodb več ne gre. Pa vi?«

2. poslušalka: »Jaz pa rada poslušam glasbo, vseeno kakšna je, samo da je bolj slovenska kot tuja. Tudi hčerka rada posluša, smo navdušeni vsi nad glasbo.«

1. poslušalka: »Mi tudi, pa to oddajo rada poslušam, ker sem dosti doma. No, danes, ko sem prvič poklicala, je bilo nekaj treme, malo mi je nerodno, priznam, se mi tudi glas malo trese, priznam.«

2. poslušalka: »Jaz pa treme nimam, ker me nihče ne vidi! Kaj bi vas lahko prosila za vašo telefonsko številko, gospa?«

1. poslušalka: »Ni problema!«

Voditelj: se zahvali, ju pozdravi in napove glasbeno točko.

3. POGOVOR, 20. 4. 1995

Voditelj: »Zdaj pa ni več gospe Dragice, pač pa, gospod Miro iz Maribora.«

Poslušalec: »Dober dan, gospod Selinšek!«

Poslušalka: »Dober dan!«

Poslušalec: »Gospoda Selinška sem pozdravo! Veste kaj, gospod Selinšek ...«

Voditelj: »P,P, Petelinšek. Vi pa niste dolgo v naši delavnici?«

Poslušalec: »Pardon, gospod Petelinšek. Pardon! Moti me pri vas nekaj. Vas smem na nekaj opozorit? Zakaj ljudje, ki vas kličejo, dajejo svoje številke v javnost? Jaz poznam par ljudi v Mariboru, roparjev, ki dobesedno prežijo na te starejše ljudi, ki živijo osamljeni in jih potem oropajo. Jaz poznam te primere!«

Voditelj: »No, pogledjte, gospod Miro. Ta oddaja traja že tri leta in prvič ... zelo malo je bilo tovrstnih komplikacij, in sploh nič, razen da se je včasih kdo kdaj pohecal. Nikogar ne silimo, vsak jo da prostovoljno, to številko. Gospod Miro, hvala lepa za opozorilo. Boste malce poklepetali?«

Poslušalec: »Ne ne bi. Všeč mi je vaša oddaja, sicer jo poslušam, ko sem doma.«

Voditelj: »Ja, lepo se imejte. Srečno!«

(Vir: osebni arhiv Antona Petelinška)